

전국 460개 매장과 물류·서비스센터 모두 직영

하이마트



롯데하이마트 제품

전자제품 유통 전문기업 '롯데하이마트'는 1999년 당시 생소한 개념이었던 카테고리 킬러 매장을 국내에 처음 도입했다. 카테고리 킬러란 가전·완구·신발 등 특정 분야 제품에 대해 다양한 브랜드를 진열·판매하는 것을 뜻한다.

전국을 그물망처럼 촘촘히 연결하는 매장과 물류센터, 서비스센터 모두가 직영이라는 점이 특징이자 강점이다. 직영 매장 460여개가 전국 곳곳에 위치해 접근성이 뛰어나다. 매장 면적은 1000~4500㎡로 일반 전자제품 매장보다 훨씬 크다. 서울 잠실 롯데월드몰에 위치한 롯데하이마트 월드타워점은 국내 최대 규모의 전자제품 전문매장으로, 최신 트

랜드 제품과 프리미엄 제품들이 대거 입점해 있다. 명품 오디오 청음실, 빌트인 전문관 등 가전제품을 직접 체험할 수 있는 공간을 갖췄다.

롯데하이마트는 전자제품 유통업체 중 가장 풍부한 상품 구성을 자랑한다. 삼성전자, LG전자, 동부대우전자, 대우위니아 등의 국내 제조업체들과 소니, 일렉트로룩스, 다이슨 등 글로벌 브랜드

제품을 조달한다. 소비자의 다양한 구매 욕구를 충족시키고자 여러 해외 브랜드를 직접 조달해오는 한편, 자체브랜드(PB) 상품을 확대하고 있다. 롯데하이마트가 취급하는 해외 브랜드는 TCL, 베코, 다이슨 등 400개에 달한다.

롯데하이마트의 핵심 경쟁력은 우수한 유통인력이다. 전국의 롯데하이마트 매장에서는 전문 상담원인 '세일즈마스터'가 고객을 맞는다. 세일즈마스터는 풍부한 상품지식과 친절한 마인드를 갖춘 유통 전문 인력이다.

배송·설치 후 고객이 원하는 서비스를 한 가지 더 제공하는 '플러스 원 서비스'도 시행하고 있으며, 오전에 제품을 구매하면 당일 저녁에 배송·설치해주는 '오늘배송 서비스'도 운영하고 있다.

심민관 조선비즈 기자

국내 산양분유 시장 '압도적 1위'

ILDONG 일동후디스



일동후디스 제품

일동후디스의 '산양유아식'은 대한민국 대표 명품 산양분유다. 산양유아식은 국내 산양분유 시장에서 압도적인 1위로 대한민국 프리미엄 분유 시장을 선도하고 있다.

일동후디스는 산양유아식의 인기 비결로 뉴질랜드 청정 자연에서 항생제와 스트레스 없이 키운 건강한 산양 원유와 모유에 가까운 영양설계 두 가지를 꼽는다. 특히 자연 방목으로 키운 산양의 원유를 원라인(one-line) 공법으로 바로 만들어 더 신선하고 깨끗하다.

산양유 단백질은 우유와 달리 아기의 소화를 방해하는 α-1 카제인 단백질이 없다. 알레르기를 유발하는 β-락토글로

브린으로 알려져 있다.

산양유아식은 세계 최초로 산양분유를 개발해 20여개국에 수출해 온 뉴질랜드 데어리고트사가 생산하고 있다. 2012년 유럽식품안전청(EFSA)이 산양유를 유아식 원료로 공인한 것도 이 회사의 연구결과를 바탕으로 내린 결정이었다. 사실상 산양분유의 표준으로 통하는 회사인 것이다.

데어리고트와 일동후디스는 산양유아식을 먹은 아기가 모유를 먹은 아기와 유사한 수준의 황금 변을 보는 것을 확인해 산양유아식의 우수성을 검증했다.

일동후디스 관계자는 "산양유아식은 오랫동안 엄마들의 사랑을 받은 덕분에 국내 산양분유 시장에서 1위를 놓치지 않고 있다"고 말했다.

이진혁 조선비즈 기자

1인가구·펫팸족 전용 서비스 선배

AUCTION.



옥션 제품

국내 대표 오픈마켓 옥션은 급속도로 변화하고 있는 온라인 쇼핑 시장에서 소비자가 원하는 최적의 서비스를 제공하고 있다. 상품 중심의 중개자 역할을 넘어 고객과 판매자가 서로 소통하는 공간을 만드는 데 주력하고 있다.

옥션은 매년 늘어나는 모바일 쇼핑족을 위해 결제 방식을 간편화했다. 옥션의 '스마일페이'로 첫 결제 시 카드번호와 정보를 입력하면 이후에는 비밀번호 6자리 입력만으로 결제가 완료된다. 기존 결제 방식처럼 보안 프로그램이나 광고성 팝업창이 뜨지 않아 결제시간이 단축된다.

옥션은 '자동 인식 시스템'을 도입해

스마트폰 카메라 스캔으로 한 번에 카드 정보를 등록할 수 있도록 했다. 최근에는 GS수퍼마켓과 간편결제 서비스 제휴를 맺었다. GS수퍼마켓의 오프라인용 애플리케이션에 스마일페이를 탑재해 전국 300여개의 GS수퍼마켓 매장에서

스마일페이를 이용할 수 있도록 했다.

특정 고객을 위한 서비스도 마련했다. '에이싱글(A. SINGLE)'은 옥션이 지난해 4월 오픈한 1인가구 전문판이다. 올해 상반기에는 혼술족을 위한 프로모션으로 1인분 안주와 간식을 포장해 특가에 판매했으며, 하루 특가로 선보였던 선착순 아이템이 모두 팔리는 기록을 세웠다.

또한 펫팸족을 위해 모바일 전용 반려동물 소통·쇼핑공간인 '펫플러스'도 운영 중이다. 펫플러스는 고객들의 소비 패턴에 맞게 반려동물 관련 상품들을 선별해 추천하는 큐레이션 서비스를 제공한다. 브랜드·품목별 최저가 검색도 가능하다. 이밖에도 지난해 10월 오픈마켓 최초로 장애용품 쇼핑 전문관 '케어플러스'를 오픈했다. 조지원 조선비즈 기자

100% 국내산 식재료로 정성들여 지은 '건강한 한 끼'

Hansot



한솔도시락 제품

도시락 프랜차이즈 한솔도시락이 '2018 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'을 7년 연속 받았다.

한솔도시락은 '음식은 재료가 좋아야 맛도 좋고 건강에도 좋다'는 신념 아래 품질 좋은 무세미 신동진 단일미를 사용해 즉석에서 밥을 지어 고객에게 제공하고 있다.

김치도 100% 국내산 재료를 사용한다. 땅 좋고 물 좋은 평창·태백에서 재배한 배추에, 국내산 고춧가루, 마늘, 젓갈 등 우리 농산물만을 사용해 김치를 만든다.

한솔도시락 측은 "소비자가 안심하고 먹을 수 있도록 모든 식재료를 엄격한 기준으로 선별한다"고 설명했다.

식재료 검증이 끝나면 다음으로 소비자의 입맛을 돋우는 맛 개발에 정성을 다한다. 이런 과정을 통해 출시된 신메뉴는 신규 고객을 늘리고 단골 손님을 확장하는 데 중요한 역할을 한다.

한솔도시락 관계자는 "지난 2월 출시된 철판볶음밥 시리즈가 대표적인 예"라며 "출시 초기 예상 판매량의 두 배 이상 매출이 올라 제조 공장을 모두 가동

해도 밀려오는 주문량을 맞추기 어려울 정도로 큰 호응을 얻었다"고 말했다.

한솔도시락은 'ESG 경영'을 실천하는 기업이다. ESG 경영은 환경보호·사회공헌·윤리경영의 약자로 환경과 사회에 대한 기여도를 고려하고 법과 윤리를 준수하며 투명성을 제고하는 경영이다.

한솔은 환경보호와 자원의 효율적 활용에 대해 끊임없이 고민한다. 이를 위해 가맹점에서 사용하는 도시락 용기는 재활용이 가능한 용기만 사용하고, 환경보호 사업 후원을 꾸준히 이어나가고 있다.

사회공헌 활동에도 적극적이다. '따뜻한 도시락으로 지역 사회에 공헌한다'는 정신을 바탕으로 한솔은 매년 의료기관, 교육기관, 사회보호시설 등 다양한 분야에 후원·기부를 하고 있다.

김수현 조선비즈 기자

안전한 건기식... 합성보존료·합성감미료·합성착색료 '無'

알로에 전문기업 그린알로에



그린알로에 제품

알로에 전문기업 그린알로에가 '2018 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 알로에 건강기능식품 부문에 6년 연속 수상했다. 그린알로에는 2010년 4월 설립된 알로에 전문 회사로, 건강기능식품과 천연물로 만든 화장품, 생활용품 등 33가지 제품을 판매하고 있다. 그린알로에는 6년 연속 수상의 원동력으로 차별화된 제품력을 꼽았다.

그린알로에는 안전한 건강기능식품을 만들기 위해 유해성 논란이 되고 있는 성분들을 배제했다. 흔히 방부제가 들어가는 마시는 주액에도 천연 보존료를 넣어 친환경 제품으로 인정받았다. 합성보존료·합성감미료·합성착색료가 없는

'3무(無) 제품'으로 경쟁력을 입증했다. 미국 농림부가 인정한 유기농 알로에를 급속동결건조공법으로 유통해 유해 성분 파괴를 최소화했고, 전 제품에 단 1%의 중국산 원료도 함유하지 않는다는 원칙으로 정직한 원료 사용에 투자를 아끼지 않고 있다.

그린알로에를 대표하는 '그린프리미엄 베라골드400'은 1000ml 용량 기준으

로 알로에 베라겔 즙액을 400% 함유해 하루 면역다당체를 300mg 섭취할 수 있는 건강기능식품이다. 식약처로부터 면역력, 피부 건강, 장 건강에 도움을 주는 건강기능식품으로 인증받았다.

그린알로에가 최근 출시한 '그린캔푸어'는 암 예방에 도움이 되는 식품으로, 알로에겔과 셀레늄, 비타민C가 주성분이다. 프로폴리스, 스피루리나, 표고버섯균사체, 영지버섯사실체, 아로니아, 토마토, 브로콜리, 흑마늘 등 함양력이 우수한 다양한 부원료가 함유됐다.

주차미 그린알로에 연구소장은 "그린알로에는 앞으로도 차별화된 제품을 출시하기 위해 투자를 아끼지 않을 것"이라며 "소비자의 사랑을 받는 지속 가능한 기업으로 성장하겠다"고 말했다.

백예리 조선비즈 기자

프로 운동선수 척추·관절 치료 노하우, 일반 환자에 적용

달려라병원 HOSPITAL RUN



달려라병원 제품

달려라병원은 척추·관절 전문 병원으로, 정확한 진단과 전문 치료시스템 등을 통해 환자 중심의 의료서비스를 제공한다. 특히 척추와 무릎, 어깨는 별도 센터를 운영하고 있다. 의료계에서는 디스크 분야에서 독보적인 경쟁력을 갖추고 있다는 평가를 받는다.

서울 강동·송파·광진구에서 척추관절 병원으로는 처음으로 보건복지부 의료기관 인증을 획득했다. 보건복지부 의료기관 인증은 감염관리, 의료서비스 등 300여가지의 의료 기준을 충족하는 병원에 부여된다.

달려라병원은 '환자 상태를 세밀하게 진단하고 충분한 시간을 들여 원인과 치

선수들의 신체 기능을 빠른 시간 내에 회복시켜 호평을 받았다. LG트윈스 선수들은 시즌은 물론 비시즌에도 달려라병원에서 척추와 관절 관리를 받고 있다.

달려라병원 측은 "일반인보다 2~3배 이상의 신체 능력을 사용하는 프로야구 선수의 몸 상태를 부상 이전 상태로 되돌리는 것은 일반인을 회복시키는 것보다 훨씬 어렵다"며 "운동 선수들에 대한 풍부한 치료 경험은 일반 환자들을 더 수월하게 치료할 수 있음을 의미한다"고 설명했다.

이성우 달려라병원 원장은 "선수들의 부상 예방과 선수들의 경기력을 향상시킬 방안을 연구하고 있다"며 "풍부한 경험을 바탕으로 병원을 찾은 선수와 환자를 위해 최선을 다하겠다"고 밝혔다.

우고윤 조선비즈 기자

안마의자의 대명사... 렌탈 서비스로 대중화 기여

BODYFRIEND



바디프랜드 제품

헬스케어그룹 바디프랜드는 2007년 3월 설립 이후 '건강을 디자인하다'라는 이념 아래 다양한 프리미엄 헬스케어 제품을 선보였다. 바디프랜드는 집안 곳곳에서 고객들의 건강한 라이프스타일을 설계하기 위해 노력하고 있다. 안마의자, 이탈리아 천연 라텍스 매트리스 '라클라우드', 직수형 정수기 'W정수기'가 주력 상품이다.

이중 안마의자는 바디프랜드의 상징과도 같다. 많은 소비자들이 '안마의자' 하면 바디프랜드를 떠올릴 정도로 시장을 대표하는 브랜드로 자리를 잡았다. 지난해 상반기 기준 국내 안마의자 시장 규모는 약 5000억원으로 추정된다. 바디프랜드 설립 당시 시장규모(약 200억

원)의 25배다. 바디프랜드 측은 "바디프랜드의 성장이 국내 안마의자 시장의 성장과 궤를 같이 한 것"이라고 분석했다.

설립 첫 해 27억원이던 매출액은 지난해 3664억원으로 늘었다. 바디프랜드는 차별화된 기술력과 유통방식을 성공비결로 꼽았다. 바디프랜드는 의료기기 수준 이상의 만족감을 제공하기 위해 연구

·개발(R&D)에 집중하고 있다. 고객의 몸 상태에 맞는 맞춤형 마사지를 제공하기 위해 자동 안마 프로그램을 개발했다. 마사지 강도와 제품 각도를 조절해 서서히 수면을 유도하는 '수면 안마', 몸매를 잡는데 도움을 주는 '힙업', 무릎 등 성장판을 자극해 성장 촉진에 도움을 주는 '속속 프로그램' 등이 대표적이다.

최근에는 등 부위 경혈을 자극해 소화와 숙취 해소를 돕는 '소화촉진-숙취해소 프로그램', 원활한 혈액 순환을 유도해 부종 예방과 안화를 돕는 '림프 마사지 프로그램'을 개발해 적용했다.

소비자의 경제적 부담도 줄였다. 2009년 업계 최초로 안마의자 렌탈 서비스를 선보이며, 제품 대중화에 기여했다. 바디프랜드의 이 같은 시도로 렌탈 서비스를 이용해 제품을 구매하는 방식이 보편화됐다. 이재원 조선비즈 기자

국내 전기레인지 시장에 '하이브리드 혁신' 일으켜

쿠첸



쿠첸 제품

프리미엄 생활가전 브랜드 쿠첸이 '2018 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 주방가전 부문에 4년 연속 수상했다.

1976년 설립된 쿠첸은 차별화된 디자인과 40여년간 축적된 기술 노하우를 통해 성장해왔다. 인덕션 히팅(IH)압력밥솥, 전기레인지 등 다양한 주방 가전 제품을 선보이며 고객 만족을 위해 노력하고 있다. 그 결과 2016년에는 2회 연속 '소비자 중심경영(CCM)' 인증에 성공했다.

쿠첸은 명품철정 미작에 이어, 지난해 IR미작 등 7종의 IR밥솥을 선보이며 국내 최초로 IR밥솥 라인업을 완성했다.

IH와 열판으로 이분화된 기존 밥솥 시장에 새로운 기준을 제시한 것이다. 쿠첸의 대표 밥솥 제품인 IR미작은 쿠첸이 국내 최초로 선보인 IR센서(Infrared rays sensor)로 밥솥의 온도를 정밀하게 제어해 밥맛을 구현한다. 들솥밥, 가마솥밥, 누룽지 등 한국인이 선호하는 다양한 밥맛을 내 소비자 만족도를 높였다.

쿠첸은 밥솥뿐 아니라 전기레인지 시

장에서도 괄목할 성과를 나타내고 있다. 쿠첸은 2013년 국내 최초로 고효율의 IH와 용기 사용에 제한이 없는 하이라이트(HiL)를 접목한 신개념 전기레인지 '하이브리드 레인지'를 출시하며, 전기레인지 시장에 본격 진출했다. 쿠첸 하이브리드 레인지는 해외 브랜드 중심이었던 국내 전기레인지 시장에 혁신을 일으킨 것으로 평가받는다.

쿠첸 하이브리드 레인지는 여러 요리를 동시에 빠르게 진행하는 한국의 주방 문화를 고려해 음성지원 등의 기능을 적용해 사용 편의성을 올렸다. 한국 전력 소비기준에 맞춰 3400W로 설계됐다. 쿠첸이 40여년간 쌓아온 독보적인 IH기술력으로 자체 생산되며, 독일 특수 글라스 제조사 '쇼트'로부터 직수입한 상판이 적용돼 내구성이 높다.

이정민 조선비즈 기자