

### 절경 속에서 즐기는 레저활동... 힐링·웰빙 누리요

풍류를 즐기는 이들이 사랑한 충청북도 단양군이 '대한민국 녹색십표 단양'이라는 도시브랜드로 '힐링관광도시' 부문에서 2014년도 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상을 수상했다. 힐링(healing)과 웰빙(well-being)의 합성어 힐링은 자연 속에서의 건강한 삶을 의미한다.



단양팔경이 유명한 이 지역의 자연은 퇴계 이황, 금계 황준량, 수암 권상하 등 유명 선비들이 사랑한 곳이다. 또 김홍도, 최북 등 이름난 화가들은 단양의 절경을 화폭에 담고자 했고 시인묵객들은 시와 산문으로 팔경의 경치를 노래했다. 단양팔경은 구담봉·옥순봉·도담삼봉·석문·사인암·상선암·중선암·하선암 등 여덟 개 경치를 말한다.

단양의 80%는 임야가 차지하는데, 그만큼 명산과 대천이 많다. 도락산, 황정산, 금수산, 태화산, 용두산, 덕절산 등 수려한 명산이 많아 사계절 등산객의 발길이 끊이지 않고 단양천, 죽령천, 남조천, 솔티천, 남천 등

소백산맥에서 발원해 남한강으로 흐르는 청정하천은 여름철 최고의 피서지다. 특히 영월에서 제천 경계로 흘러나가는 남한강은 아름다운 정취뿐 아니라 래프팅과 유람선 관광 등 다양한 레저 기회를 제공한다. 연선옥 조선비즈 기자

### 편리한 교통·청정환경 다 갖춘 전원생활 1번지



경상북도 청도군은 청정환경 조성과 사통팔달의 교통망 확충 및 대대적인 주택수급의 확충으로 전원생활의 기틀을 마련했다. 서울시 면적 1.2배 규모의 전형적인 농업도시인 청도군의 인구는 4만3788명이다. 대구·부산·울산·경남·경북 7개 시·군과 인접한 영남권의 중심지로 천혜의 자연환경을 보유해 전원생활 정착지로 찾는 이들의 발길이 끊이지 않고 있다.



청도군은 최근 청도천 생태하천·동창천 자연생태 공원·덕절산 생태 공원 조성 및 청도천 자전거길 조성 등 친환경적 자연을 조성했고 대구시와 인접한 팔조령 터널·경산시와 가까운 남성현 터널·청도의 산동·산서지역을 있는

컴퓨터 터널을 개통해 보다 편리한 교통망을 갖췄다. 청도군은 일반인 전원주택 단지 등을 건설해 전원생활의 필수요소인 원활한 주택공급 준비도 마쳤다. 이준근 청도군수는 "지나해 세계 최초의 소싸움경기장을 개장해 관광객

100만 시대를 열었고 코미디창작촌 유치 및 건립추진, 새마을운동발상지 사업 등으로 내·외국 관광객에게 좋은 반응을 얻고 있다"며 "거주 농업인의 삶의 질을 높여 잘사는 '부자농촌'의 조기 정착을 위해 노력하겠다"고 말했다. 김종일 조선비즈 기자

### 척추·관절, 전문가들이 수술 없이도 지켜드립니다



척추·관절 병원이라고 하면 수술부터 권할까봐 걱정하는 환자가 많다. 비슷한 병원이 너무 많아 좋은 병원을 찾고 찾기가 어렵다.

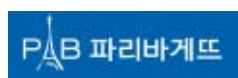


달려라병원은 척추·관절의 비수술적 치료를 강조한다. 수술을 하지 않고 주사와 체외충격파, 운동, 약물을 더 권장한다. 비수술센터를 따로 두고 있다.

이성우 달려라병원 원장은 "증상이 미미하거나 더는 악화되지 않는 환자는 비수술적 치료를 권하고 있다"고 말했다. 처음부터 수술에 의존하기보다는 최선의 노력을 다해본 뒤 수술을 해도 늦지 않다는 것이다. 수술이 불가피한 환자에게는 최소

절개법을 쓴다. 손상 부위를 줄여 출혈과 통증이 적고 회복 속도가 빠르다. 불가피하게 수술한 뒤에는 흉터 방지 연고와 피부 테이프로 수술흔이 남지 않도록 하는 세심한 배려가 눈에 띈다. 달려라병원은 웬만한 대학병원 수준의 무균(無菌)수술실과 첨단 의료장비

### 제철 농산물 빵으로 농가 돕고 사회공헌까지



파리크라상의 대표 브랜드 파리바게뜨는 1986년 설립된 이래 전국에 3200여 개 매장을 운영하고 있다. 파리바게뜨는 산청 딸기, 영천 미니사과, 강진 파프리카 등 전국 10여 곳과 양해각서(MOU)를 체결하고 제철 농산물을 활용한 건강 베이커리를 출시했다. 농부를 모델로 기용하고 제품 판매수익금 일부를 지역 농가에 기부했다.



건강한 빵에 대한 고집은 소비자들의 큰 호응으로 이어졌다. 올 봄 선보인 '산청딸기요거트빵' 케이크가 일반 케이크 대비 2배 높은 매출을 기록하는 가 하던 의성 마늘을 사용한 '치즈마늘 바게뜨'는 출시 1개월 만에 20만개 판

매를 돌파하기도 했다. 이는 사회공헌으로도 이어졌다. 1998년부터 시작한 16년째 푸드뱅크 지원 사업을 운영하고, 8년째 구세군 1호 성금을 전달하며 가맹점과 함께하는 사회공헌 활동에 앞장섰다. 또 2012년부터

SPC그룹 공채의 10%를 아르바이트생 중에서 선발하고 있다. 매년 아르바이트 대학생 100명에게 등록금 반액 지원, 중앙년층 재취업 지원 등 창업, 고용창출과 같은 사회문제 해결에도 적극 동참했다. 유윤정 조선비즈 기자

### 유통단계 줄여 농민·소비자 만족 업그레이드



'2014 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 온라인 쇼핑물류 부문에 농협중앙회가 운영하는 농협a마켓이 선정됐다. 농협a마켓은 농식품 전문 쇼핑몰이다. 농협이 보유한 유통망을 활용한 산지 직거래로 유통단계를 축소했다. 이를 통해 농업인 이익은 높이고 소비자에게는 품질 좋은 농산물을 저렴하게 공급할 수 있는 온라인 쇼핑몰로 운영되고 있다.



산지직거래 뿐만 아니라 농식품 꾸러미사업, 농식품 바구니사업 및 1사1촌 기업 임직원 후생사업 등 다양한 사업을 하고 있다. 오는 6월에는 소상공인을 대상으로 하는 인터넷 식자재물

(B2B)도 개장해 운영할 계획이다. 농협a마켓은 장보기 대행서비스인 'e-하나로클럽'을 2000년도에 시작했다. 신선식품과 냉장육, 과일, 생필품 등을 주문 당일 배송해 준다. 전국 30개 하나로클럽·마트를 통해 실시하고 있다. 김범수 조선비즈 기자

### 가족 같은 반려동물, 고급 펫푸드로 건강하게



개나 고양이를 가족처럼 생각하는 사람이 늘며 반려동물 먹거리에 대한 관심이 커졌다. 뉴트리나 건강백서는 고급 동물식품(펫푸드)이다. '카길'이 한국 시장을 위해 출시했다.



카길은 150년 역사를 가진 다국적 기업이다. 이 제품은 출시 3년 만에 '드라이 도그 푸드' 부문 전국 대형할인점 판매 1위에 올랐다. 반려동물의 건강을 위해 연어·쌀·블루베리·토마토·파슬리 등 엄선된 원료만을 사용한다. 원료가 입고되면 자체 실험실에서 영양성분 및 유해성분을 직접 평가한다.

카길은 연구 노하우와 한국 인력을 활용해 철저한 현지화 전략을 펼쳤다. 이 회사는 다국적 기업 중 유일하게 국

내에 펫푸드 전용 공장을 갖고 있다. 카길 관계자는 "전용 공장이 있어 신선한 제품을 공급할 수 있다"며 "주문자 상분 및 유해성분을 직접 평가한다. 뉴트리나 건강백서는 최근 공식 페이스북(www.facebook.com/love

### 점포간 교환·환불... 서비스의 품격이 다르다



#### 현대백화점

현대백화점은 고객과의 접점을 찾기 위해 다양한 노력을 기울이고 있다. 현대백화점은 2012년부터 지점별 고객서비스팀을 신설해 전국 13개점에 5명씩 총 65명의 직원을 투입했다. 이를 통해 고객들의 현장의 소리를 실시간으로 파악해 즉각 반영할 수 있게 돼 고객들의 만족도가 커졌다.



특히 현대백화점 내 고객상담실, 인터넷, 열린경영위원회(VIP VOC) 등을 통해 고객 서비스를 통합관리함에 따라 고객 불만을 최소화하고 제안이나 건의 등 다양한 고객 욕구를 파악할 수 있다.

쇼핑환경을 개선하기 위한 노력도 고객 서비스 향상의 일환이다. 현대백화점은 업계 최초로 빨간 모자 서비스를 도입했다. 현재 전점에서 빨간모자를 쓴 약 130명의 직원들이 식품 매장에 상주하며 고객들의 무거

운 짐을 주차장이나 정류장까지 운반해 주고 있다. 구매한 상품을 타 점포에서도 교환 및 환불이 가능하게 한 점포간 교환·환불 제도도 업계에서 유일하게 운영 중이다. 유윤정 조선비즈 기자

### 달콤하게, 깔끔하게... 로맨틱한 순간을 위한 선택



주류전문기업 아영FBC는 이탈리아 와인 브랜드 '빌라엠(villa M)'으로 '가장 사랑받는 브랜드-와인 부문' 대상을 차지했다. 2012년과 2013년에 이어 3번째다.

빌라엠은 1997년 출시된 모스카토 와인으로 압도적인 시장 점유율과 높은 소비자 인지도를 유지하고 있다. 빌라엠은 다른 브랜드들이 시도하지 않았던 차별화된 마케팅 활동으로 저변을 넓혀왔다. 아영FBC는 2005년에는 브랜드 이름을 '빌라 모스카텔'에서 '빌라엠'으로 바꿨다. '작업용 와인'이라는 컨셉트로 젊은 여성 사이에서 높은 호응을 얻었다.

빌라엠은 '러브·로맨스' 테마를 표방한다. 매 시즌 연인을 위한 로맨틱한 마케팅 활동을 펼쳐 소비자들의 주목을 받고 있다. 이번 밸런타인데이에는 '빌라엠이 당신의 고백을 응원한다'라는 고백 프로젝트로 인기를 얻었다. 화이트데이에 선보인 스페셜 패키지는 달콤한 연인들의 와인으로 주목 받았다.



아영FBC는 최근 빌라엠(villa M)의 브랜드 특성을 살린 낮은 알코올도수와 달콤한 향, 시원한 청량감을 살려 만든 미니엠(mini M)을 출시했다. 미니엠은 등산이나 레저활동, 운동 후에도 가볍게 마실 수 있어 일상 속 스파클링 와인으로 자리를 잡을 것으로 기대된다. 박지환 조선비즈 기자