

유통업계, ‘로코노미’ 바람… 이색제품 출시·상생활동 활발

〈로컬·이코노미 합성어〉

쿠팡 품평회 프로그램 전국 확대
CU 지역축제 메뉴 상품화 추진
GS리테일 전통주 소비 활성화
롯데온 전통시장·상점이 판로 개척

지역 고유의 먹거리와 특산물을 활용한 ‘로코노미(Local+Economy)’가 유통업계의 주요 사업 전략으로 자리 잡고 있다. 지역 축제와 맛집에서 발굴한 메뉴를 전국 단위 상품으로 출시하는가 하면, 지역 중소기업과 소상공인의 판로 확대를 지원하는 등 지역 자원을 활용한 상생 활동도 활발하다.

13일 <메트로경제신문> 취재에 따르면 주요 유통기업들이 지역 특산물과 로컬 브랜드를 활용한 상품 개발 및 판로 지원 사업을 확대하고 있다.

로코노미는 지역을 뜻하는 ‘로컬(Local)’과 경제를 의미하는 ‘이코노미(Economy)’의 합성어로, 지역의 문화와 특산물을 상품과 서비스에 접목해 새로운 소비 가치를 창출하는 경제 활동을 의미한다.

로코노미에 가장 적극적인 곳은 편의점 업체다. CU는 경북 김천시와 3년째 협력



지난달 21일 제주 한라컨벤션에 열린 ‘2026 제주 K-로컬스타를 만나다’ 행사에서 쿠팡 브랜드 매니저(BM)가 참가기업 관계자와 1대1 상담을 진행하고 있다. /쿠팡

하며 지역 축제에서 발굴한 메뉴를 전국 단위 상품으로 선보이고 있다.

CU가 오는 27일 출시하는 ‘중화식 고추잡채 김밥’은 김천김밥축제 경연대회인 ‘김밥쿡킹대회’ 3회차 우승작을 상품화한 것이다. CU는 2024년부터 김천시와 협력해 김밥쿡킹대회 우승작을 상품으로 개발해왔다. CU는 이번 신제품 출시에 맞춰 이달 13일부터 역대 우승작을 순차적으로 재출시할 계획이다.

세븐일레븐은 지난달 춘천과 안동, 대구 등 전국 미식 지역의 대표 메뉴를 편의점 간편식으로 구현한 ‘세븐셀렉트 지역

미식 냉장안주’를 선보였다. ‘춘천식당갈비볶음’은 춘천 닭갈비 맛집을 모티브로 했으며, ‘안동식찜닭’은 전통 간장 소스와 청양고추를 활용했다. ‘대구식불마창’은 직화 공정으로 불맛을 살리고 마늘과 떡을 더했다.

GS리테일은 한국농수산식품유통공사(aT)와 전통주 소비 활성화 및 지역 양조장 판로 확대를 위한 업무협약을 체결했다. GS리테일은 주류 스마트오더 서비스인 ‘와인25플러스’와 전국 GS25, GS더프레스 매장을 활용해 지역 전통주의 판매 기회를 확대할 계획이다.



CU ‘중화식 고추잡채 김밥’ /BGF리테일

이커머스 업계에서는 지역 중소기업과 소상공인의 온라인 시장 진출을 지원하는 방식으로 지역 상생 활동을 강화하고 있다.

쿠팡은 지난달 제주 한라컨벤션에서 열린 ‘2026년 제주 K-로컬스타를 만나다’ 행사에서 지역 기업을 대상으로 상품 품평회와 입점 상담을 진행했다. 행사에는 김굴과 흑돼지, 수산물, 알로에 등 제주 특산물을 활용한 가공식품을 비롯해 화장품, 생활용품 등을 취급하는 47개 기업이 참여했다. 쿠팡은 제주 품평회를 시작으로 지역 중소기업과 소상공인을 대상으로

한 품평회 프로그램을 전국으로 확대할 계획이다.

이밖에도 쿠팡은 중소기업인 상생 전문관 ‘착한상점’을 통해 상시 중소기업과 지방 농어촌 온라인 판매 확대를 지원하고 있다. 참여 업체들을 대상으로 다양한 마케팅 활동 등을 지원하며 경상도·전라도·충청도·강원도·수도권 등 전국 각지의 우수 중소기업인 상품을 고객들에게 소개하고 있다.

롯데온은 전통시장과 소상공인의 온라인 판로 확대에 힘을 신으며 공로를 인정받았다. 롯데온은 지난 9일 충남 공주시에서 열린 ‘2026년 전통시장 및 상점가 활성화 유공 포상’에서 전통시장과 상점가 활성화에 기여한 공로로 대통령 표창을 받았다. 아울러 2021년부터 중소기업·소상공인 상생협력 프로젝트인 ‘ON DREAM(온드림)’을 운영하며 온라인 판매 경험이 부족한 지역 상인과 소상공인에게 입점 교육과 마케팅 등을 지원해왔다. 지난해 4월에는 ‘온누리상생스토어’를 선보이며 전통시장과 골목상권의 온라인 진출 지원을 본격화했다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



metro

롯데쇼핑, 대기업 최초 ‘주주 우대 제도’ 도입

내달부터 ‘엘, 아너스 클럽’ 시행
적립·할인 등 실질적인 혜택 제공

롯데쇼핑이 주주 가치 제고를 위해 오는 11월부터 주주 우대 제도인 ‘엘,아너스 클럽(L.HONORS CLUB)’을 시행한다고 12일 밝혔다. 기존 배당 중심의 주주환원 정책에서 나아가 해외 주주 우대 제도를 참고해 주주환원 방식을 다변화하고 주주와의 관계를 강화한다는 취지다.

주주 우대 제도는 현재 국내 일부 중소기업에 도입돼 있다. 반면 일본은 전체 상장사의 약 40%가 이 제도를 활용하는 등 보편적인 주주환원 정책으로 정착해 있다. 롯데쇼핑은 이러한 해외 사례를 참고해 주주들이 일상에서 활용할 수 있는 혜택을 제공하고 주주와의 신뢰 관계를 강화해 나갈 방침이다.

롯데쇼핑 주주 우대 제도의 공식 명칭인 ‘엘,아너스 클럽(L.HONORS CLUB)’은

LOTTE SHOPPING
L.HONORS
CLUB

‘엘, 아너스 클럽’ 로고 /롯데쇼핑

B)’은 회사의 성장에 기여하는 명예로운 주주’를 의미한다. 롯데그룹 통합 멤버십 엘포인트를 기반으로 포인트 적립과 할인 쿠폰 등 다양한 혜택을 제공하며, 이를 바탕으로 신규 주주 유입을 유도하고 장기적인 관계를 구축해 나갈 계획이다.

‘엘,아너스 클럽’은 주식 보유 규모와 기간에 따라 혜택을 제공한다. 우선 1주 이상 보유한 전체 주주에게는 최초 1회 신규 가입 시 백화점과 마트·슈퍼, e커머스 등에서 한도 내 사용할 수 있는 10~20% 할인 쿠폰을 지급한다. 아울러 구매 실적(100만·200만·300만원)에 따라 1~2·3%를 적립해 주는 구매금액 연동형 포인트 혜

택도 함께 제공한다.

제도 시행일인 2026년 11월 1일에는 2026년 9월 말 기준 주주에게 첫 혜택이 제공된다. 이후 2026년 말 기준 주주는 2027년 2월 1일부터 혜택을 받는 등 3개월 주기로 혜택이 제공될 예정이다.

1000주 이상의 주식을 1년 이상 보유한 고액·장기 주주에게는 추가 혜택이 부여된다. 해당 주주들은 백화점 라운지 및 발레파킹 주차 이용권을 비롯해 마트·슈퍼와 e커머스에서 사용 가능한 할인 및 무료 배송 쿠폰 등을 받을 수 있다. 상세 혜택은 10월 15일부터 엘포인트 앱 내 사전 신청 페이지에서 확인할 수 있다.

임재철 롯데쇼핑 재무본부장은 “주주들에게 실질적인 혜택을 제공하고 주주 가치를 제고하기 위해 국내 대기업 최초로 주주 우대 제도를 시행하게 됐다”며 “주주와의 장기적인 신뢰 관계를 구축하고 기업 가치를 제고하는 데 최선을 다할 것”이라고 말했다. /김서현 기자

롯데웰푸드, 롯데·가나 등 브랜드 굿즈 확대

아이디어스 2차 협업… 향수 등 출시

롯데웰푸드가 핸드메이드 플랫폼 아이디어스와 협업해 과자 브랜드를 활용한 굿즈를 추가로 선보인다. 지난 5월 첫 협업 제품이 9월까지 약 8200개 판매되면서 협업 품목을 기존 10종에서 16종으로 늘렸다.

롯데웰푸드는 빼빼로·가나·쌍서요·찰떡파이·롯데·칙촉 등 주요 브랜드를 활용한 굿즈를 출시한다고 13일 밝혔다.

제품은 빼빼로 책갈피와 카드지갑, 가나 키링과 이어폰 줄감개, 쌍서요 향수·독서링·도자기 잔, 찰떡파이 슬라임, 롯데 피크닉 보자기·거울 키링 등이다. 오는 27일에는 칙촉 에어팟 케이스와 쌍서요 머틀러, 찰떡파이 클리커를 추가로 출시한다.

이번 협업은 과자 브랜드의 디자인과 이미지를 생활용품에 적용한 것이 특징이다. 롯데웰푸드는 아이디어스 입점 창작



롯데웰푸드가 아이디어스와 두 번째 컬래버레이션을 전개한다. /롯데웰푸드

자들과 협업해 식품 외 굿즈로 브랜드 활용 범위를 넓혔다.

롯데웰푸드 관계자는 “지난 첫 번째 협업에서 롯데웰푸드의 친숙한 브랜드가 창작자들의 개성을 만나 색다른 굿즈로 재탄생하며 좋은 반응을 얻었다”며 “더욱 다양한 브랜드와 아이디어를 통해 소비자들 이 롯데웰푸드 브랜드를 일상 속에서 새롭게 경험하는 즐거움을 느끼길 바란다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

세븐일레븐 인기 젤리·비스킷 출시

코리아세븐이 운영하는 편의점 세븐일레븐이 일본 현지 인기 젤리와 비스킷을 선보인다고 13일 밝혔다.

세븐일레븐이 오는 15일 일본 현지 인기 간식인 ‘노벨소르베구미’를 선보인다. 노벨소르베구미는 차가운 샤베트를 연상시키는 백도 맛 젤리로, 한입 베어 물었을 때 사각사각하게 부서지는 식감이 특징이다.

지난해 가을 한정 상품으로 선보였던 ‘컨트리맘꿀고구마맛’도 지난 8일 재출시했다. 제품은 고구마 페이스트와 화이트 초콜릿 칩을 넣어 진한 고구마 풍미와 부드러운 단맛을 살렸다. /김서현 기자

에이블리, 다이어리 얼리버드 프로모션

400개 이상 다이어리 상품 판매

에이블리는 오는 18일까지 ‘2027 다이어리 얼리버드 프로모션’을 열고, 총 400여 개 다이어리 상품과 주요 문구 브랜드사와 함께 기획한 에이블리 단독 구성을 판매한다고 13일 밝혔다.

이번 프로모션에는 아이코닉, 인디고 디자인문구, 모트모트, 비온뒤(BeonD), 아트박스, 워너디스디자인을 비롯한 총 45개 입점 브랜드사가 참여해 400개 이상의 다이어리 상품을 선보인다.

올해 행사에서는 에이블리가 8개 주요 문구 브랜드사와 협업해 기획한 총 45가

지의 에이블리 단독 구성 세트도 판매한다. 대표적으로 아이코닉과는 에이블리에서 인기를 끌었던 ‘이겨낸다 다이어리’의 2027년 버전에 탁상달력과 점착 메모지를 더한 단독 세트를 마련했다. 이외에도 ‘인디고디자인문구’의 ‘2027 프리즘 레더 A6 포켓 다이어리’, ‘비온뒤(BeonD)’의 ‘2027 오프닝 시퀀스 다이어리’ 등을 선보인다.

이번 ‘2027 다이어리 얼리버드 프로모션’을 맞아 이용자에게는 다이어리를 비롯한 문구 전 상품에 적용 가능한 15% 할인 쿠폰이 제공된다. /김서현 기자

제1회 ‘전국대학생토론대회’ 참가자 모집

한국소통학회 주최, NS홈쇼핑 후원

NS홈쇼핑이 후원하고 한국소통학회가 주최하는 ‘제1회 전국대학생토론대회’가 13일부터 11월 6일까지 참가자를 모집한다고 13일 밝혔다. 신청 방법과 제출 서류 등 대회 관련 세부 사항은 한국소통학회 홈페이지에서 확인할 수 있다.

‘청년, 소통을 말하다’를 슬로건으로 열리는 이번 대회는 대학생들이 사회적 이슈에 대해 다양한 관점에서 의견을 나누고, 논리적인 토론을 통해 소통과 공감의 가치를 경험할 수 있도록 마련됐다.

이번 대회는 NS홈쇼핑과 한국소통학회가 지난 9월 체결한 방승발전 및 미래

인재 육성을 위한 업무협약의 후속 사업이다. 양 기관은 대학생들의 비판적·논리적 사고와 소통 역량을 높이고, 건전한 토론문화 확산을 지원하기 위해 이번 대회를 추진했다.

참가 대상은 전국 대학의 재학생과 휴학생으로, 2~3명이 한 팀을 구성해 신청할 수 있다. 대학 연합팀도 참가할 수 있다.

대상 1팀에는 한국소통학회장과 상금 150만원, 금상 1팀에는 NS홈쇼핑 대표이사상과 상금 100만원이 수여된다. 은상 2팀에는 각각 50만원의 상금이 주어진다. 이 밖에도 동상 4팀, 특별상 8팀과 우수 토론자 1명을 선정하는 ‘Best Speaker’상 등이 마련돼 있다. /김서현 기자