

‘송가인 일새주’ 앞세운 뚝심 경영, 재도약 날개 펴다



창립 70주년 맞은 보해양조



임지선 대표

트로트 열풍 송가인 모델 기용
수도권·대구·부산 등 주문 쇄도
SNS 등 통해 일새주 적극 홍보

소비자·자영업자와 상생 위해
2016년부터 4년간 출고가 동결
일새주 지난 3분기 매출 늘어

지역청년들 참여한 봉사단 운영
김장·연탄배달·배식 등 봉사활동
독도 알리기·청년정책 적극 지원

목포에 본사를 둔 '항토기업' 보해양조(대표이사 임지선)가 창립 70주년을 맞았다.

지난해 대표 상품 '일새주' 가격을 동결하며 충성 고객층을 확보한 보해는 서경덕 교수와 '독도 캠페인'을 펼치고 근로정신대 피해 할머니를 위한 프로그램을 진행했다. 지난 연말에는 일새주의 새 얼굴로 '트로트 신성' 송가인을 발탁하며 재도약 원년을 알렸다.

◇대구서 찾는 일새주-뜨거운 송가인 효과

전국적인 트로트 열풍을 이끌며 국민가수 반열에 오른 송가인이 '일새주' 모델로 선정되자 보해양조에 대한 관심이 몰렸다.

지난해 12월 일새주 모델로 송가인이 결정됐다는 소식이 전해지자 포털 사이트에서 실시간 검색어로 '송가인'과 '보해양조', '일새주'가 나란히 상위권에 올랐다. 이후 보해양조 고객상담실로 일새주 판매처를 문의하는 전화가 일주일 사이에 100여건이나 몰릴 정도로 송가인 효과가 뜨거웠다.

최근 대구에서 열린 송가인 팬클럽 송년 모임에서는 일새주가 간배주로 활용되기도 했다. 회원들은 대구를 대표하는 지역 소주가 있지만 송가인 씨가 소주 모델이 된 만



'일새주' 새 얼굴이 된 가수 송가인.

큼 일새주를 구입해서 송년회를 치르기도 했다. 보해는 일새주를 찾아온 송가인 팬들에게 감사하는 의미를 담아 송가인 얼굴을 내건 일새주 포스터를 보내기도 했다.

광주·전남이 주 기반이었던 일새주는 최근 대구·부산 등 경상권과 수도권 등지에서 찾고 있다.

보해는 이를 판로 확대 기회로 삼고 소비자들에게 SNS 등을 통해 일새주 입점 업소를 홍보하고 있다.

송가인과 일새주에 대한 뜨거운 관심에 부응하자는 취지로 500만병 새해 한정판 '송가인 일새주'도 최근 나왔다. 한정판 제품 뒷면에는 한복을 입은 송가인 사진과 함께 "2020년 새해 좋은 일만 가득 하시어라"는 메시지가 담겼다.

진도 출신으로 각고의 노력 끝에 트로트 최고 자리에 오른 송가인이 보해양조의 기업 철학과 맞닿는다는 것이 보

해 측 판단이다. 송가인은 진도군 홍보대사, 전남관광 홍보대사를 맡으며 지역 홍보에도 앞장서고 있다.

◇소비자 마음 돌린 '일새주' 가격 동결

지난해 소주 시장 75%를 점유하고 있는 대기업 주류회사들은 잇따라 소숫값 인상을 단행했지만 보해는 가격을 동결하며 '뚝심 경영'을 펼쳤다.

보해는 지난 2016년 8월부터 1월 현재까지 4년 동안 일새주 출고가를 1016.9원으로 유지하고 있다. 출고가를 올리면 쉽게 이득을 취할 수 있지만 소비자와 자영업자에 가중될 부담을 줄이고자 했다는 것이 보해 측 설명이다.

보해는 지난해 5월부터 일새주 가격 인상을 놓고 수차례 내부 회의를 벌인 결과 지역 상생을 위해 가격을 그대로 유지하기로 했다.

지역을 향한 '진심'과 제품에 대한 '뚝심'은 매출 상승으로 이어졌다. 그동안 막대한 자본을 앞세운 대기업 주류회사들이 지역에 진출하면서 어려움을 겪던 일새주의 지난 3분기 매출은 1분기에 비해 5% 가량 상승했다.

'한 잔의 술에 바다의 깊이'를 담겠다는 기치를 내건 보해는 그동안 '일새주'를 대표 상품으로 내걸고 다양한 상품 개발에 주력하고 있다.

일새주는 '소믈리에가 밝은 최고의 소주'로 맛을 인정 받았고, 최고급 주정을 넣은 '보해골드'와 젊은 소비자를 공략한 '부러더 소다', '복반은 부러더', '해남 정매실로 빛' '매취순', '보해복분자주' 등을 탄생시켰다.

◇지역 청년 1250명 참여 '젊은일새 봉사단'

지난 2006년 첫발을 내디딘 '젊은일새 봉사단'에는 26기를 거치며 1250여 명의 광주·전남지역 청년들이 동참했다. 이들은 김장 일손 돕기, 연탄배달, 배식봉사 등을 통해 지역 사회 곳곳에 희망을 전하는 한편 취업특강을 직접 열며 스스로 성장 기회를 마련했다.

일본 무역보복이 쟁점으로 떠올랐던 지난해 10월에는 일제시대 근로정신대 강제 노역 피해자인 양금덕 할머니와 함께 장성 백양사로 문화탐방을 다녀왔다. 참가자들은 양 할머니의 생생한 증언을 통해 일제시대 미쓰비시 중공업이 조선인들을 어떻게 수탈했는지 배웠다.

보해는 '독도의 날' (10월25일)을 앞두고 '독도 지킴이' 서경덕 성신여대 교수와 협력해 독도 알리기에 나섰다.

이 캠페인을 통해 독도가 한국 영토임을 알리는 문구가 실린 일새주, 막걸리 순희, 보해복분자주 등은 미국·필리핀·유럽·호주 등에 수출될 계획이다.

보해는 최근 광주·광주은행과 손 잡고 지역 청년 자립을 위한 '더드림 통장 업무협약'을 맺었다.

'더드림 통장'은 지난 2018년 시작된 '청년13(일+살) 통장'의 후속 사업으로, 청년이 매월 10만 원을 10개월 동안 저축하면 100만 원을 추가로 더해주는 청년지원 정책이다. 보해는 청년들이 더드림통장 사업을 통해 자립의 꿈을 이룰 수 있도록 사업비 1500만 원을 지원할 계획이다.

임지선 대표는 "지난 1950년에 시작된 보해양조의 역사가 지금까지 70년 동안 이어질 수 있었던 것은 모두 광주·전남 지역민들의 관심과 사랑 덕분"이라며 "2020년 보해양조의 재도약을 이뤄 보해양조 100년 역사의 발판이 되는 한 해를 만들어 나가겠다"고 말했다.

또 "아름다운 회사, 상생하는 회사, 내일이 기대되는 회사"라는 목표에 맞게 좋은 술을 만들기 위한 노력은 물론 사회공헌 활동과 지역경제 활성화를 위해 헌신하겠다"며 "구성원들과 소통을 강화하며 100년 기업 보해라는 목표를 위한 경영내실화에 힘을 쏟겠다"고 덧붙였다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



14년 동안 1250여 명이 거처간 보해 '젊은일새 봉사단'은 광주·전남 곳곳에 활력을 불어넣고 있다.



지난 연말 광주시 남구 '사랑의 식당'에서 김장 담그기 봉사를 하고 있는 '젊은일새 봉사단'.



보해는 지난해 11월 '더드림통장 공동협력 협약식'에서 지역 청년 자립을 돕기 위해 1500만 원을 기부하기로 했다.

키농샤

광주일보 문화예술매거진
2020년 1월호

12월 31일 발행
구독신청 : 062-220-0550
팩 스 : 062-222-0195



특집 우리 동네에는 예술가가 산다

예술인마을과 열린 스튜디오

- 일상을 예술처럼, 여기가 예술인 마을
- 광주 예술의 거리, 아티스트들의 등지로
- 예술플랫폼으로 열린 작가 스튜디오
- 제주 저지예술인마을을 가다

트렌드 읽기
2020 업글인간, 오팔세대
패어플레이어를 주목하라



클릭, 문화현장③
제주 빛의 벵커
클림트 감동 있는 반 고흐전

아시아 문화 원류를 찾아서-네덜란드
보다나트 사원
페와 호수의 전설

기획-도시 디자인, 행복도시공공의 완성-①플랫폼
공간에 생기 붙여넣는
도시디자인 탐구 시작

예향 초대석
광주광역시 초대 총괄 건축가
함인선
"광주 대표도서관을 명품건축으로"
문항이 승수는 문학관을 찾아서
호방한 기질과 감성 담은 시
전남 나주 백호 문학관

한국영화 100년-남도시네마 산책
한 세기 남도영화,
한국적 정서 담았다
김정운의 '바우하우스 이야기'⑥
바우하우스 예술교육의
양 날개 '형태'와 '재료'

유현준의 도시건축⑥
사찰 설계에
적용된 교묘사상
전시 화제
'순장섭-
역사가 된 풍경'전
황인의 '예술가의 한 끼'①
화가 천경자의 집밥

예향이 만난 이 사람
월드라마로 여수 홍보하는 여수시청 김상욱
그라운드와 작별 고한 KIA타이어즈 윤석민
아이들의 어제와
오늘을 살펴본다
문학 트렌드
국악 크로스오버 바람
신한류가 몰아친다
절경과 숲 깊은 문화
하순 겨울여행
정범 투어와 윤주사와불
달콤 딸기와 파프리카