

‘보해스럽게’...코로나 위기 지역민과 함께 술~술 넘겨요

보해양조

임새주를 비롯해 보해복분자주와 매취순, 순희막걸리 등 다양한 제품을 선보이며 주류전문기업으로 거듭난 보해양조(대표이사 임지선)는 올해 혁신과 동행, 도약을 키워드로 삼아 적극적인 마케팅에 나선다. 진도 출신 ‘국민가수’ 송가인을 모델로 발탁하면서 지난해 코로나19 사태로 주류시장이 침체를 겪는 상황에서도 선방한 보해는 올해 역시 송가인과 임새주 모델 계약 연장에 성공하면서 더욱 다양한 마케팅을 펼칠 것으로 기대를 모으고 있다.

◆특특 튀는 아이디어와 신선함·혁신=최근 보해양조가 공개한 송가인 임새주 포스터를 본 소비자들은 신선하다는 반응을 보였다. 그동안 주류 회사에서 볼 수 없었던 색다른 형식의 포스터 때문이다.

이번에 새로 공개된 포스터는 산뜻한 오렌지색 컬러배경에 민트색 상의를 입은 가수 송가인이 발랄한 표정을 보이면서 임새주를 음미하는 모습을 담고 있다. 기존 주류 포스터 모델들은 정면을 바라보며 제품을 홍보하던 게 일반적이었다. 하지만, 보해는 그동안 관행에서 벗어나 고개를 돌린 채 측면을 보여주는 등 새로운 시도를 선보였다. 측면을 바라보며 ‘가인스럽게 크으’라는 문구가 눈길을 끈다.

주류 회사들은 여성 모델들의 노출을 통해 소비자들의 시선 끌기에 집중했던 게 사실이다. 여성을 상품화한다는 비판이 꾸준히 제기됐던 이유다. 보해는 이러한 의견을 적극 반영함과 동시에 모델 송가인이 지닌 매력을 최대한 살리고자 고민했다고 포스터 제작 배경을 설명했다.

특히 일부 소셜네트워크서비스(SNS) 채널에서는 송가인이 임새주를 마신 뒤 ‘크으’ 감탄하고 있는 사진이 화제가 되기도 했다. 소주를 마셨을 때 나올 수 있는 ‘진짜 표정’이라는 평가와 함께 역시 임새주 모델 송가인이라는 반응이 주를 이뤘다. 보해는 이런 소비자들의 긍정적인 반응을 파악한 뒤 올해 ‘가인스럽게 크으’ 포스터를 제작했다.

보해는 송가인과 임새주를 좋아하는 팬들을 위해 포스터도 제공하고 있다. 지난해 임새주 모델에 송가인이 선정된 후 전국 각지에서 송가인 임새주 포스터를 찾는 문이가 빗발쳤기 때문이다. 실제 보해양조 광주지점을 비롯해 목포와 순천지점에서는 포스터를 찾는 송가인 팬들의 발걸음이 꾸준히 이어지는 것으로 전해졌다.

이에 따라 보해는 임새주 포스터에 소비자들의 의견을 적극 반영했던 것처럼 앞으로도 소비자들의 아이디어를 수용해 신선하고, 혁신적인 다양한 마케팅을 선보인다는 계획이다.

◆지역과 함께하는 기업-동행=보해양조는 소비자들의 의견을 받아들여 끊임없이 혁신하는 동시에 지역과 상생하기 위한 노력도 게을리 하지 않겠다는 계획이다.

보해양조는 이달 초 한국외식업중앙회 광주지회 측에 회원 자녀들을 위한 장학금 550만원을 전달했다. 경제적인 어려움 속에서도 우수한 성적을 거둔 학생들이 학업에 집중할 수 있도록 장학금을 지원한 것이다.

이와 함께 지난 1981년 설립한 보해장학회를 통해서도 지역의 미래를 이끌 청년들에게 장학금을 지원해오고 있다. 보해는 지난해 코로나19로 매출 악화를 겪는 위기 속에서도 장학금 지원을 멈추지 않았다.

지난해 12월 목포시 대안동 보해양조 본사에서 장학금 전달식을 개최해 광주·전남지역 학생 91명에게 총 5940만원을 전달하는 등 지난해까지 총



임지선 대표 이사

3769명의 장학생에게 36억원 상당의 장학금을 후원했다.

여기에 2006년 시작된 ‘젊은임새 봉사단’ 역시 지역과 동행하기 위한 보해양조의 대표적인 공헌활동으로 꼽힌다. 보해는 광주·전남 청년들에게 다양한 경험을 제공하는 것을 목적으로 젊은임새 봉사단을 설립했다. 그동안 광주와 목포, 순천 등 광주·전남지역에서 ‘젊은임새’라는 이름으로 활동했던 누적 인원만 1400명에 달한다.

젊은임새들은 연탄배달을 비롯 배식활동이나 김장 담그기 등 다양한 봉사를 하면서 지역사회에 온기를 전한 것은 물론, 식목일 맞이 나무 심기, 근로정신대 할머니들과 함께하는 역사학교 등 다채로운 프로그램을 펼쳤다. 이밖에 다양한 분야에서 경험을 쌓을 수 있었다. 지역의 미래를 이끌어 나갈 청년들에게 다양한 경험과 기회를 제공하는 것이 지역기업의 중요한 책무라고 여기는 보해양조의 의지가 엿보이는 대목이다.

◆위기를 딛고-도약하는 보해=보해양조는 코로나19라는 위기를 극복하는 것을 넘어 재도약 기회와 발판을 마련하기 위해 해외시장 진출에 적극 나선다는 방침이다.

앞서 보해는 지난해 11월 베트남지역에 ‘아라소주’ 23만병을 수출했다. 보해가 베트남 등 동남아 지역에 수출하기 위해 준비한 아라소주는 오리지널을 비롯해 블루베리, 복숭아, 청사과 등 총 4가지 종류다. 이에 앞서 지난해 10월에는 싱가포르에 ‘원샷소주’를 선보이기도 했다. 원샷소주 역시 오리지널과 리치맛, 복숭아맛, 청포도맛, 수박맛 등 총 5종류를 출시했다.

보해가 수출한 품목들은 동남아시아 현지 마트나 편의점은 물론 온라인을 통해 전국적으로 유통 중이다. 현재 싱가포르에서는 한국 드라마 ‘대장금’이 방영되면서 한류에 대한 열기가 높아졌다. 이후 한국 문화 전반에 대한 관심이 높아졌고 한국 소주를 찾는 소비자들도 늘어나고 있는 추세다. 보해는 이처럼 동남아시아 현지인들이 한류에 관심이 많은 것을 감안해 제품명과 맛 등을 소개하는 글을 한글로 표기하기도 했다.

보해양조 관계자는 “코로나19 위기 속에서도 혁신과 도약을 지속적으로 이어나가 지역민과 전국 소비자에게 사랑받는 기업이 되겠다”며 “임새주 모델 송가인과 함께 국내 주류시장 활성화에 기여하는 동시에 해외수출을 통해 한국의 우수한 주류 제품을 세계 곳곳에 알릴 수 있는 기업이 되도록 노력하겠다”고 밝혔다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

‘국민가수’ 송가인과 모델 계약 연장
자연스러우면서 특특 튀는 포스터 제작

코로나 위기에 지역민에 장학금지원
1400명에 달하는 젊은임새 봉사단 활동

블루베리·복숭아 등 다양한 맛 소주 개발
‘아라소주’ ‘원샷’ 등 해외시장 공략 나서





MG와 만나면
당신이 주인공

결에서 힘이 되니까 MG 찌이야



금융의 든든함은 물론
소상공인에게 꼭 필요한 지원활동과
다양한 사회공헌 사업으로
우리 지역에 힘이 되는 금융
MG새마을금고

앞으로도 당신 곁에서
금융의 힘을 키우겠습니다

MG새마을금고

새마을금고 전속모델
영탁





지역의 미래를 이끌어갈 청년들에게 다양한 경험과 기회를 제공하는 것을 지역기업의 책무라고 강조하는 보해양조는 장학금 지원과 젊은임새 봉사단 활동 등을 꾸준히 이어오고 있다.