

누구나 쉽고 간편한 금융거래 '호응'

NH코뱅크, 고객 사랑 브랜드 대상 수상 쾌거

전북농협(본부장 유재도)은 농협상호금융(대표이사 소성모)의 'NH코뱅크'가 지난 23일 '2019 고객 사랑 브랜드대상' 시상식에서 모바일뱅킹 앱분야 대상을 수상했다고 28일 밝혔다.

2018년 6월 출시된 NH코뱅크는 젊은 세대 뿐 아니라 핀테크로 소외되기 쉬운 농업인과 고령층도 쉽고 간편하게

금융거래를 할 수 있어 전 연령층을 대상으로 꾸준한 호응을 얻고 있다.

출시 2년 6개월 만에 가입고객이 400만명을 돌파했으며, 매일 90만명 이상의 고객이 방문하는 인기 모바일뱅킹 앱이다.

또한, NH코뱅크는 타 모바일뱅킹 앱과 달리 금융서비스에 국한하지 않고, 앱

상에서 각종 농·축산물을 직거래하는 '복푸드'와 각종 영농정보와 농협소식을 알려주는 디지털 도우미 '복팜' 서비스가 어우러져 국내 유일의 '금융·유통 융복합 모바일 플랫폼'을 구축해 소비자와 농업인으로부터 큰 호응을 얻고 있다.

소성모 상호금융대표이사는 "NH코뱅크가 고객사랑브랜드대상에서 대상을 수상하게 되어 기쁘다"며, "NH코뱅크는 고객과 농업인이 모바일 환경에서 더

편리하게 이용할 수 있도록 전 국민에게 사랑받는 모바일 플랫폼을 만들 것이다"고 말했다.

"고객사랑브랜드대상"은 중앙일보 주관, 산업통상자원부와 농림축산식품부가 후원하는 상으로, 소비자 조사와 학계·산업계의 전문가로 구성된 심사위원단 심사를 거쳐 대한민국 소비자에게 신뢰와 사랑을 받고 있는 각 부문별 최고 브랜드로 선정된다.

/김영태 기자



전북농협이 전북한우광역브랜드인 NH 참여우와 함께 생산량 증가와 소비부진으로 산지가격 하락이 예상되는 양파의 소비촉진 캠페인에 동참했다.

몸매관리에 최적! 체중조절용 닭가슴살 셰이크 '눈길'

하림, 특허기술 사용 'P플러스 프로틴셰이크' 분말 4종 출시

닭고기 전문기업 (주)하림은 다이어트나 건강을 위해 닭가슴살을 맛있게 섭취하고 싶은 고객들을 위한 특별한 신제품을 출시해 눈길을 끌고 있다.

(주)하림은 28일 여름철 몸매관리와 건강관리에 관심이 많은 고객들을 위해 특별한 공법으로 양질의 단백질인 닭가슴살을 건강하고 맛있게 즐길 수 있도록 만든 'P플러스 프로틴셰이크' 브랜드 제품 4종을 선보였다.

체중조절용 셰이크로 만든 이번 신제품은 부드럽고 달달한 '프로틴셰이크 단호박&고구마'와 고소하고 달콤한 '프로틴셰이크 검은콩&곡물' 등 분말 2종류로 스틱형과 PET형 제품을 출시해 소비자들의 편의성을 더했다.

특히 닭가슴살을 단기간 살균·건조하여 영양소 파괴를 최소화하고 손쉽게 섭취할 수 있도록 만든 기술인 드림드라이 특허 기술을 사용해 영양과 맛을 한층 높였다.

또한 닭가슴살의 단백질을 비롯해 15종의 비타민&무기질, 3종의 유산균을 함유하고 있으며, 체지방 감소에 도움을 준다고 알려진 가르시니아카모보리아 추출물과 식이섬유가 함유되어 건강한 다이어트를 할 수 있다.

이번 신제품의 또 다른 특징은 설탕을 사용하지 않는 대신 저칼로리·저지방당지수 감미료인 에리스티톨, 효소처리스테비아로 설탕을 대체하여 건강한 단맛을 만들어 내는 등 닭가슴



살 제품의 새로운 모델을 제시했다.

(주)하림은 수차례의 다이어터 및 헬스족 대상 블라인드 테스트를 통해 맛에 대한 만족도가 검증된 제품으로 여름철 건강과 몸매를 생각하는 소비자들에게 인기를 끌 것으로 기대를 모으고 있다.

우유 또는 두유 등에 타서 섭취할 수 있도록 만든 이번 신제품은 전국 대형 유통점을 비롯해 편의점, 온라인 쇼핑몰 등에서 판매될 예정이며 가격은 스틱형(12개입)은 2만원 중후반 정도, PET형은 3900원정도이다.

(주)하림은 신제품 출시를 기념해 6월 초부터 편의점 GS25에서 구입하는 고객들에게 우유를 증정하는 이벤트와 SNS를 통한 행사를 계획하고 있으며, 제품 라인업을 확대해 P플러스를 단백질 전문 브랜드로 성장시킬 예정이다.

(주)하림 마케팅 차수연 PM은 "하림에서 야심차게 준비한 이번 신제품은 체중조절이 필요한 사람을 위해 식사 일부 또는 전부를 대신할 수 있도록 필요한 영양 성분을 포함하고 있다"며 "최근 몸매 관리 시 건강과 맛까지 생각하는 소비자들의 니즈를 충족시킬 것이라 보여진다"고 밝혔다.

/익산=장민천 기자

전북농협, 을지태극연습 실시

전북농협(본부장 유재도)은 경제지주·NH농협은행과 합동으로 지난 27일부터 29일 까지 3일간 '2019 을지태극연습'을 한다고 28일 밝혔다.

전북농협의 을지태극연습은 제1부 국가위기대응연습에서 대형 지진 및 화재발생에 따른 농협전북본부 지위소방대를 이용한 화재진압과 사상자에 대한 응급구조 활동 등 재난대응실제훈련을 완성소방서와 합동으로 하는 등 태극연습 분위기를 조성했다.

또한, 제2부 전시대비 연습은 전 직원을 대상으로 오늘 오전 6시에 비상소집 훈련을 하며, 이후 전 직원의 안보의식 고취를 위해 안보 동영상 시청하는 등 전시대비 연습을 통한 비상대비태세 확립을 목표로 진행된다.

유재도 본부장은 "한치 앞을 내다볼 수 없는 안보현실 속에서 을지태극연습을 통해 안보의 위협, 대형재난 위험 등 국가 위기관리 능력을 점점 보완하는 좋은 계기가 될 것으로 기대한다"고 말했다. /김영태 기자



농어촌공사 남원지사가 28일 전 직원이 참석한 가운데 올해 경영목표 달성을 위한 내부 경영평가 지표관리 회의를 개최했다.

농어촌공사 남원지사, 목표 달성 위한 내부경영평가 지표관리 회의 개최

농어촌공사 남원지사(지사장 이춘성)는 28일 전 직원이 참석한 가운데 올해 경영목표 달성을 위한 내부 경영평가 지표관리 회의를 개최했다.

이날 회의에서는 지사 경영목표 달성을 위해 평가지표별 관리계획 및 새로 추가되거나 변경된 지표를 바탕

으로, 담당자별 주요사업별 추진실적보고 및 중점 추진 업무 등을 보고하는 등 현안사항을 공유했다.

특히, 올해 목표를 최우선지사로 설정하고 분기별 이행실적을 점검기로 하는 한편, 지난해 부진했던 지표의 원인분석과 개선대책을 마련했다.

한편 이춘성 지사장은 "직원 모두가 자신감을 갖고 맡은 업무에 최선을 다 한다면 목표 달성에 어려움이 없을 것이라며, 달라진 평가지표를 잘 숙지해 맡은 바 지표관리에 철저히 대비해 줄 것"을 당부했다.

/남원=김기두 기자

전북농협·NH참여우, 양파 소비 촉진 캠페인 펼쳐

전북농협(본부장 유재도)은 전북한우광역브랜드인 'NH 참여우'와 함께 생산량 증가와 소비부진으로 산지가격 하락이 예상되는 양파의 소비촉진 캠페인에 동참한다고 밝혔다.

'NH참여우'는 전북축협운영협의회(회장 송제근 조합장) 참여 조합들과 함께 한우명품관과 명품프라자에서 '양주(양파주) 주세요!' 캠페인을 통해 주문고객의 테이블에 소주 1병당 양파 1개를 서비스로 제공하여 양파의 소비촉진에 동참했다.

음식의 대표적인 양념 채소 중 하나인 양파는 알싸한 매운맛과 단맛이 있

는 식재료로 혈관 속 혈전을 분해하고 혈액 속의 불필요한 지방과 콜레스테롤을 녹여 없애며, 간장을 해독하고 혈당을 저하시키며 비타민의 흡수를 도와주는 등, 육류와 궁합이 잘 맞는 특별한 채소이다.

권용학(NH참여우조합공동사업법인) 대표는 "지자체와 주산지 농협 등 범농협 차원에서 여러 대책으로 참여하지만 NH참여우가 가장 잘 할 수 있는 부문에서 적극적인 참여와 서비스 제공으로 농가소득 증대에 기여하도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

/김영태 기자

싱그러운 에너지로 무더위 '극복'

농식품부·aT, '계절 꽃 프로젝트' 올해 여름 꽃 발표

해바라기와 리시안셔스, 헤피트리(부귀수)와 안스리움은 '2019년 여름 꽃'으로 선정됐다.

해바라기는 햇빛을 좋아하며, 8~9월 꽃을 피우는 여름철 대표 꽃으로 변치 않는 사랑이라는 꽃말을 가진 리시안셔스는 다른 꽃들과 잘 어울려 꽃다발 선물에 많이 쓰인다.

헤피트리라는 이름으로 널리 알려진 부귀수와 꽃을 감싸는 붉은 계열의 포엽을 가진 안스리움은 실내 공기정화능력이 뛰어난 것으로 알려져 있다.

농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT, 사장 이병호)는 꽃과 식물의 새로운 가치 발굴과 꽃 생활 문화 확산을 위해 꽃 정보 큐레이션 개념의 '계절 꽃 프로젝트'를 추진, 계절별 주요 꽃과 식물을 선정하여 일상 속 계절 꽃 즐기기를 제안하고 있다.

이원기 aT 화훼사업센터장은 "여름철은 흔히 꽃 소비 비수기로 알려졌지만 실제로는 그렇지 않다"며, "여름철 꽃들을 가까이 한다면 꽃이 주는 싱그러운 에너지로 무더위를 극복하는데 도움이 될 것"이라고 밝혔다.

한편, 선정된 계절 꽃을 중심으로 각종 온·오프라인 홍보마케팅과 연관 산업 박람회 '일상꽃'홍보관 운영, 1데이비 1플라워(ITF) 캠페인 등 일상생활 속 꽃 소비 확대를 위한 다양한 대국민 홍보활동을 추진 중에 있다. /김영태 기자

구독 · 광고문의 288-9700

지구상에서 가장 빨리 뜨거워지고 있는 곳 '북극'

우리집을 지켜주세요

전문가에 따르면 자동차와 공장에서 나오는 탄소 배출량 증가로 인한 지구 온난화로 빙하들은 점점 녹고 있으며, 이는 지구에 큰 영향을 미칠 것이다. 해양 얼음의 손실은 지구가 태양 광선을 효율적으로 반사하지 못한다는 것을 의미하고, 결국 지구 온도의 상승을 초래할 것이기 때문이다.

전주매일 지구온난화 캠페인