

‘15兆 배달공화국’... 상부상조로 몸집 키운다

중기중앙회

“사업재기 성공 소상공인 ‘힐링캠프’서 힐링하세요!”

중소기업중앙회는 ‘소기업·소상공인 사업재기자 힐링캠프’를 개최한다고 3일 밝혔다.

사업재기에 성공한 소기업·소상공인을 대상으로 경영의욕 고취와 재충전의 기회를 주기 위해 마련한 힐링캠프는 이달 22~23일, 23~24일 두 차례에 걸쳐 1박2일 동안 나눠 경기 용인 중소기업인력개발원에서 열린다.

이번 캠프는 사업재기자 특화형 프로그램으로 ‘業(업)의 의미와 가치 찾기’, ‘일류기업으로 가는 길’ 등을 통해 기업가정신을 다지고, 노란우산공제 전 명예홍보대사인 방승민 김학래(차이나리전) 대표의 ‘성공과 실패 이유가 있다’ 주제의 특강을 통해 생생한 경험담도 들을 수 있다.

힐링캠프는 사업재기에 성공한 소기업·소상공인이면 누구나 무료로 참가할 수 있으며 가족경영인 경우엔 가족도 동반참가할 수 있다.

참가신청은 중소기업중앙회 노란우산홈페이지에서 하면 된다.

/김승호 기자 bada@

배달앱-배달대행업체 간 O2O 서비스로 시너지 UP

최저임금 인상에 직접고용 대신 대행업체 이용 늘어 반사이익도

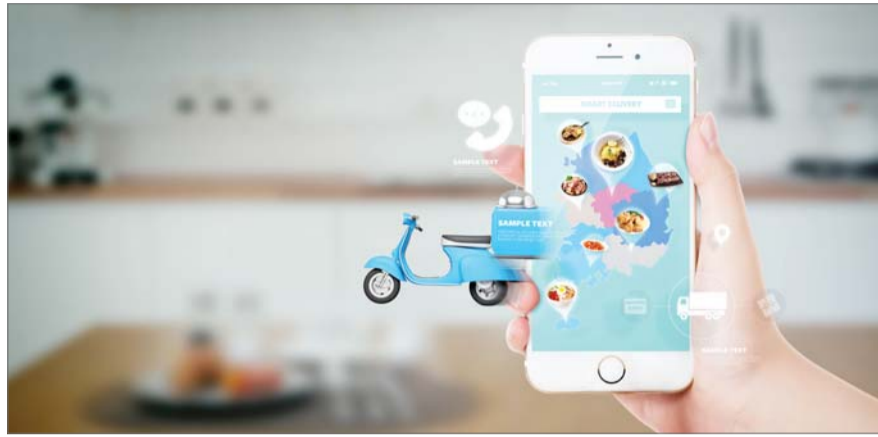
국내 배달음식 시장이 O2O(온라인과 오프라인 연계) 산업과 함께 빠르게 성장하고 있는 가운데 배달 애플리케이션(앱)이 배달대행업체와의 협력과 적극적 투자 등을 통해 몸집을 키우고 있다.

배달음식점과 주문자를 연결해주는 배달 앱 시장의 성장 가능성이 무궁무진하다는 이유로 풀이된다.

국내 음식 배달 시장의 규모는 약 15조 원으로 추산된다. 이 중 앱을 통한 음식 배달 중계 서비스 시장 규모는 2조~3조 원으로 전체 시장의 20%를 차지한다. 아직까지 오프라인을 통한 배달이 많이 이뤄지고 있어 앞으로도 성장 가능성이 남아있다는 뜻이다.

최저임금의 인상도 배달 시장에 영향을 끼칠 것으로 보인다. 업체가 배달 기사를 직접 고용하는 것보다 배달대행업체를 이용할 경우 인건비가 덜 드는 경우가 있기 때문이다.

노원구에서 치킨집을 운영하는 A씨는



/유투이미지

“우리는 배달만 전문으로 하는데 배달 주문이 있을 때마다 라이더가 와서 음식을 가지고 가는 것도 편리하고 배달 건수에 따라 이용료를 내기 때문에 이전에 라이더를 고용했을 때보다 인건비도 낮아졌다”고 말했다. 이어 “배달 외에도 주문 접수, 매장 청소 등의 업무까지 하는 중국집의 경우에는 직접고용이 더 유리할 수도 있다”고 덧붙였다.

이러한 변화로 배달앱은 배달대행업체와 손을 잡으며 서비스를 확대하고 있다. 배달앱 요기요와 배달통, 푸드플라이를 운영하는 알지피코리아는 지난 5월 이륜 차량 스타트업 바로고에 시리즈 A 투자를 했다.

바로고는 한 달 평균 200만건 이상의 배달을 수행하는 배달대행 회사로 등록 라이더 수만 전국적으로 3만 여명에 이른다. 월 평균 배달 건수는 지속적으로 상승하고 있다.

정확한 투자액은 밝히지 않았지만 업계 관계자는 “역대 스타트업의 시리즈 A 투자 중 최대 규모라고 할 수 있다”고 말했다.

배달의민족은 2015년 7월 대행업체 두 바퀴를 인수하며 자체 배달 대행 서비스 배민라이더스와의 시너지를 극대화하고 있다. 배민라이더스는 이용자가 원하는 메뉴를 찾고 ‘배달팁(배달비용)’을 추가로 내면 집으로 원하는 음식을 배달해

주는 서비스다.

IT기업도 배달 시장에 대한 영향력을 키우고 있다.

네이버는 올해 4월부터 배달의민족을 통해 모바일 앱에서 음식 주문부터 결제(네이버페이)까지 가능하도록 서비스를 개편했다. 네이버는 지난해 9월 배달의민족 서비스를 하는 우아한형제들에 350억 원을 투자하며 지분 5%를 확보하기도 했다.

카카오는 최근 카카오톡으로 다양한 프랜차이즈 브랜드의 음식을 주문할 수 있는 ‘카카오톡 주문하기’ 서비스를 중소기업자 대상으로 확대한다고 밝혔다. 프랜차이즈 브랜드가 아닌 개인 사업자도 입점할 수 있게 되는 것으로 3분기 중 입점 절차를 마무리 서비스를 시작할 예정이다.

카카오는 기존에 서비스를 함께 운영하고 있는 외식 주문중개 플랫폼 ‘씨앤티테크’뿐만 아니라 배달대행전문회사 ‘생각대로’, ‘TNB’ 등과 협력해 서비스를 확대할 계획이다.

업계 관계자는 “배달앱이 단순히 소비자와 음식점을 연결해주는 것을 넘어 이제는 배달까지 하고 있는 추세”라며 “앞으로 배달시장을 차지하기 위한 경쟁이 더 뜨거워질 것”이라고 전망했다.

/구서훈 기자 yun2514@metroseoul.co.kr



중기중앙회, 인도 등에 ‘시장개척단’ 파견

중기중앙회는 인도, 러시아·세르비아에 ‘시장개척단’ (시개단)을 각각 파견했다고 3일 밝혔다. 인도엔 지난달 29일부터 이달 2일까지 뉴델리와 콜카타 지역에 9개 기업으로 구성된 시개단을 파견해 174건, 725만 달러 규모의 수출 상담을 진행했다. 아울러 지난달 28일부터 이달 1일까지는 러시아 모스크바와 세르비아 베오그라드에 10개 중소기업으로 구성된 시개단이 현지를 다녀왔다. 모스크바에선 41건, 301만7000달러, 베오그라드에선 67건, 607만2000달러 등 총 108건, 908만9000달러 규모의 수출 상담을 각각 진행했다. 인도 시개단 참석자들이 콜카타 현지에서 기념촬영을 하고 있다.

중기중앙회는 인도, 러시아·세르비아에 ‘시장개척단’ (시개단)을 각각 파견했다고 3일 밝혔다. 인도엔 지난달 29일부터 이달 2일까지 뉴델리와 콜카타 지역에 9개 기업으로 구성된 시개단을 파견해 174건, 725만 달러 규모의 수출 상담을 진행했다. 아울러 지난달 28일부터 이달 1일까지는 러시아 모스크바와 세르비아 베오그라드에 10개 중소기업으로 구성된 시개단이 현지를 다녀왔다. 모스크바에선 41건, 301만7000달러, 베오그라드에선 67건, 607만2000달러 등 총 108건, 908만9000달러 규모의 수출 상담을 각각 진행했다. 인도 시개단 참석자들이 콜카타 현지에서 기념촬영을 하고 있다.

중기부, 기술창업 ‘팁스’ 운영사 6곳 추가

38곳서 44곳으로 확대

매쉬업엔젤스, 메디톡스벤처투자, 서울대기술지주 등 6곳이 팁스(TIPS) 프로그램 운영사로 추가 선정됐다.

이에 따라 민간(운영사)이 창업팀을 선별해 민간투자자와 정부 연구개발(R&D)을 연계해주고 고급 기술인력의 창업을 촉진하는 팁스 운영사는 44개로 늘어났다.

앞서 중기부는 지난 3월 선정계획 공고를 통해 신청한 23개 액셀러레이터를 대상으로 서면평가, 현장실사, 대면평가 등의 절차를 거쳤다.

매쉬업엔젤스는 다음을 창업한 이택경 대표의 성공 경험과 국내 민간 1호 액셀러레이터인 프라이머(팁스 운영사) 투자실적을 바탕으로 설립된 엔젤투자회사다.

메디톡스벤처투자는 코스닥 상장사인 메디톡스가 출자한 벤처캐피탈로, 창업주인 정현호 대표가 직접 참여하고 모회사의 기술인력, 인프라를 활용해 바이오 분야 중심으로 창업팀을 육성할 계획이다.

에이치지이니셔티브는 서울 성수동 ‘헤이그라운드’를 운영해 소셜 벤처의 투자·보육실적을 보유한 소셜 투자전문회사로, 소셜 벤처들의 팁스 참여와 사회적 경제 활성화에 기여할 것으로 기대된다.

선정된 운영사는 3년의 사업권을 갖고 올해 창업팀 추천권을 받아 7월부터 본격적으로 활동한다.

중기부는 지난달 21일 확정된 추가경정예산을 활용해 창업팀 지원 대상으로 195개에서 245개로 확대하고, 성과가 우수한 팁스 졸업기업을 대상으로 ‘포스트 팁스’를 신설하는 등 혁신창업 활성화와 질 좋은 일자리 창출에 기여하기로 했다.

팁스에 참여한 창업팀은 지난 달 기준 440개로 집계됐다.

이들 팀은 엔젤투자 893억원(팀당 평균 2억원)에 매칭하는 방식으로 R&D 1501억원, 창업사업화 212억3000만원, 해외마케팅 148억5000만원을 각각 지원받았다. 팁스로 유지한 국내외 민간투자 규모는 6958억원에 달한다.

/김승호 기자

떠오르는 ‘이너뷰티’... 전기식 잇단 출사표

(건강기능식품)

최근 건강기능식품 업계가 이너뷰티(Inner beauty) 시장 확대에 나서고 있다. 전 연령층에 걸쳐 ‘건강한 아름다움’을 중시하는 트렌드가 확산되면서, 건강기능식품을 통해 뷰티 고민을 해결하고자 하는 니즈가 증가하고 있기 때문이다.

이너뷰티란 내면(inner)의 아름다움(auty)을 추구하는 트렌드다. 바르는 화장품 등은 일시적 효과를 얻지만 이너뷰티는 인체 내부의 건강을 유지·강화하는 음식을 섭취함으로써 건강과 아름다움을 동시에 가질 수 있어 시장이 급성장하고 있다.

3일 한국식품연구원에 따르면 국내 이너뷰티 시장은 최근 5년 동안 연평균 68%의 급격한 성장세를 보였다. 2011년 500억원 수준이던 이너뷰티 시장이 지난해 5300억원 수준까지 성장해 6년 새 10배 이상 성장했다.

젊은 여성들에게 가장 각광 받고 있는 이너뷰티 건강기능식품은 다이어트다. 한국건강기능식품협회가 2015년부터 2017년까지 3년간 전국 5000가구를 대상으로 진행한 ‘가정 내 건강기능식품 구매 및 소비 패턴 분석’ 패널조사에 따르면, 21~30세 연령 층에서는 체지방 감소 제품을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 특히 최근에는 탱글하고 쫄깃한 식감이 우수해 씹는 포만감을 선사해주는 ‘곤약 워터젤리’가 다이어트 건강기능식품 시장에서 큰 인기를 끌고 있다.

천호엔케어의 ‘먹슬림’이 대표적이다. 특히 먹슬림은 식약처에서 체지방 감소 가능성을 인증 받은 다이어트 건강기능식품으로, 기존의 곤약 워터젤리들과 차별화됐다. 주원료인 ‘가르시니아 캄보지아 추출물’은 탄수화물이 지방으로 전환되는 것을 억제해 체지방 감소에 도움을 줄 뿐 아니라, 탄수화물 위주의 식습관을 가진 한국인에게



태반가득 콜라겐 젤리. /비타민하우스

지난해 5300억, 6년 새 10배 성장
식감·포만감·편의성·영양 갖춘
젤리·애플 제형 전기식 식품 인기
콜라겐·비오틴 등도 간편 섭취

적합하다. 또한 지방·당류·설탕 등을 사용하지 않아 150g 한 팩에 10kcal에 불과하며 달콤한 ‘복숭아 맛’과 상큼한 ‘칼라만시 맛’ 총 2종으로 구성돼 기호에 맞게 선택이 가능하다.

이너뷰티 시장의 터줏대감인 피부미용 건강기능식품도 여전히 인기다. 히알루론산·태반·지분자 콜라겐 등으로 원료가 다양화되고 있는 것은 물론, 젤리·애플 등 편의성을 앞세운 제형의 제품들이 주목받고 있다.

비타민하우스는 사람의 태반과 가장 유사한 양태반을 주원료로 한 젤리형 이너뷰티 제품인 ‘태반가득 콜라겐 젤리’를 선보였다. 이 제품은 청정지역인 100% 호주산 양태반 추출분말을 주원료로 사용한 것이 특징이다.

양태반은 먹기 힘들다는 고정관념도 깼다. 비타민하우스는 라즈베리·블루베리 농축액과 베지주스를 가미해 양 특

유의 향취나 쓴맛을 없애고 상큼하고 달콤하게 섭취할 수 있도록 했다. 하루 한 포를 가방 등에 간편하게 휴대하며 이지 커팅 방식으로 편리하게 섭취할 수 있다.

아모레퍼시픽의 이너뷰티 브랜드 바이탈뷰티의 ‘슈퍼콜라겐’은 초저분자 콜라겐 3000mg을 애플 한 병에 담은 제품이다. 피부 노화를 가속하는 수면 장애를 개선하고 숙면을 도와주는 ‘유산균 녹차 발효 추출물(GABA)’을 함유한 것이 특징이다.

한국솔가에서 선보인 ‘솔가 SNH 포뮬러’는 ‘식이유황(MSM)’을 함유해 손톱, 모발 건강에 도움을 준다. ‘유황’은 우리 몸을 구성하는 주요 구성물질로 콜라겐, 케라틴 등의 원료이며 동시에 합성을 도와주는 역할을 한다.

비타민하우스의 ‘풍성한 내일’은 콜라겐뿐 아니라 비오틴이 함유돼 있어 피부는 물론 머릿결 등에 좋다. 비오틴은 모발과 손발톱의 주성분인 케라틴 합성에 쓰이는 콜라겐 생성을 돕는다.

업계 관계자는 “국내 이너뷰티 건강기능식품 시장이 확대되고 있는 만큼, 업계에서는 앞으로 2030 세대의 니즈를 충족시켜 줄 수 있는 신개념 제품을 지속적으로 선보일 것으로 보인다”고 말했다.

/서민용 기자 parku7854@

