마켓컬리… 로켓프레시… GS프레시… 쓱배송 굿모닝

3년새 '40배' 판 커진 새벽배송 대기업 가세… 유통혁명 격전지

백화점·홈쇼핑 등 유통채널 다양화
반찬·편의점 도시락 등도 배송 시작

'새벽배송'의 판이 커지고 있다. 백화점과 홈쇼핑 등 유통채널이 새벽배송 전쟁에 가세하면서 경쟁은 날로 치열해지고 있다.

지난해 온라인쇼핑 거래액이 100조원을 돌파하면서 대형 유통업체들은 온라인 사업에 집중할 것을 예고한 바 있다. 이미 커질대로 커진 온라인쇼핑 시장에서 중요한 것은 얼마나 '빠르고 편하게' 물건을 받아 볼 수 있는 지다. 즉, 배송이 차지하는 비중이 커졌다는 말이다.

최근에는 1인가구와 맞벌이 부부가 증가하면서 신선식품 새벽배송 서비스가 확산하고 있다.

◆신선식품 새벽배송 구매 비중 날로 늘어

새벽배송 서비스를 주도한 건 스타트업 기업 '마켓컬리'다. 2015년 문을 연 모바일 프리미엄 마트 마켓컬리는 밤 11시까지 상품을 주문하면 다음날 오전 7시까지 배송해주는 '샛별배송' 서비스로 이름을 알렸다. 마켓컬리의 등장으로 100억대에 지나지 않던 새벽배송 시장이 3년새 40배 가까이 성장했다.

마켓컬리의 지난해 매출은 1600억원 수준인 것으로 알려졌다. 월 평균 300억원 매출을 기록하며 1인 구매단가는 5만원 선이다. 사측은 올해 예상 매출액을 6000~7000억원 수준으로 잡고 있다.

마켓컬리의 급성장에 이커머스 기업 쿠팡도 후발주자로 뛰어들었다. 쿠팡은 '로켓배송'에 이어 '로켓프레시'인 신선식품 새벽배송 서비스를 도입했다. 자정까지 우유, 달걀, 과일 등 식품을 주문하면 다음날 오전 7시까지 배송받을 수 있다.

GS리테일도 'GS프레시'를 통해 서울 모든 지역에 간편식과 신선식품 등 5000여개 상품을 새벽시간에 배송한다. GS리테일에 따르면 지난해 연말 GS프레시의 새벽배송 서비스 주문 건수가 연초대비 300% 증가하는 등 좋은 반응을 얻고 있다.

지난해 중순 이마트는 '쓱배송 굿모닝'을 도입했다. 이마트몰을 통해 전날 오후 6시까지 주문하면, 다음날 오전(6~9시 혹은 7~10시)에 상품을 받을 수 있다.

유통업계 관계자는 "신선식품을 온라인으로 구매하는 비중이 늘면서 새벽배송 서비스는 필수"라며 "그 영향력은 날이 갈수록 커질 것"이라고 전망했다. 경쟁이 치열해지면서 업체 측은 배송료는 줄이고 편의성은 높인 고퀄리티 서비스를 제공하고 있다.

◆반찬·도시락도 새벽에 집앞으로

신선식품 뿐만 아니라 최근에는 반찬과 편의점 도시락도 집으로 배송 받을 수 있다.

롯데백화점은 1~2인 가구의 증가로 반찬을 소량으로 구매하려는 고객이 늘어날 것으로 예상해 가정식 반찬 배달 구독 배송 서비스를 도입했다.

지난 11일부터 가정식 반찬 판매 업체 '라운드 키친7(Round Kitchen 7)'과 손을 잡고 반찬을 정기적으로 배송하는 '구독 서비스'와 새벽배송 서비스를 선보이고 있다.

롯데백화점의 반찬 구독 서비스는 김치류, 볶음류, 조림류, 전류, 국류 등 약 200여 개 메뉴로 구성돼 있으며, 이용 고객에게 업체의 인기 메뉴 4~5종을 2만원에 제공해 맛을 볼 수 있게 하고, 전화상담을 통해 맛에 대한 피드백을 받아 고객별 맞춤 서비스를 제공한다.

'엘롯데'에서 10/20/40만원의 정기배송 멤버십을 결제한 고객에게 업체가 고객 취향, 배송 일정, 수량 등을 전화 상담을 통해 확인하고, 이후 고객이 전용 홈페이지를 통해 메뉴를 주문하면 주문 금액에 따라 적립금에서 차감하는 방식이다.

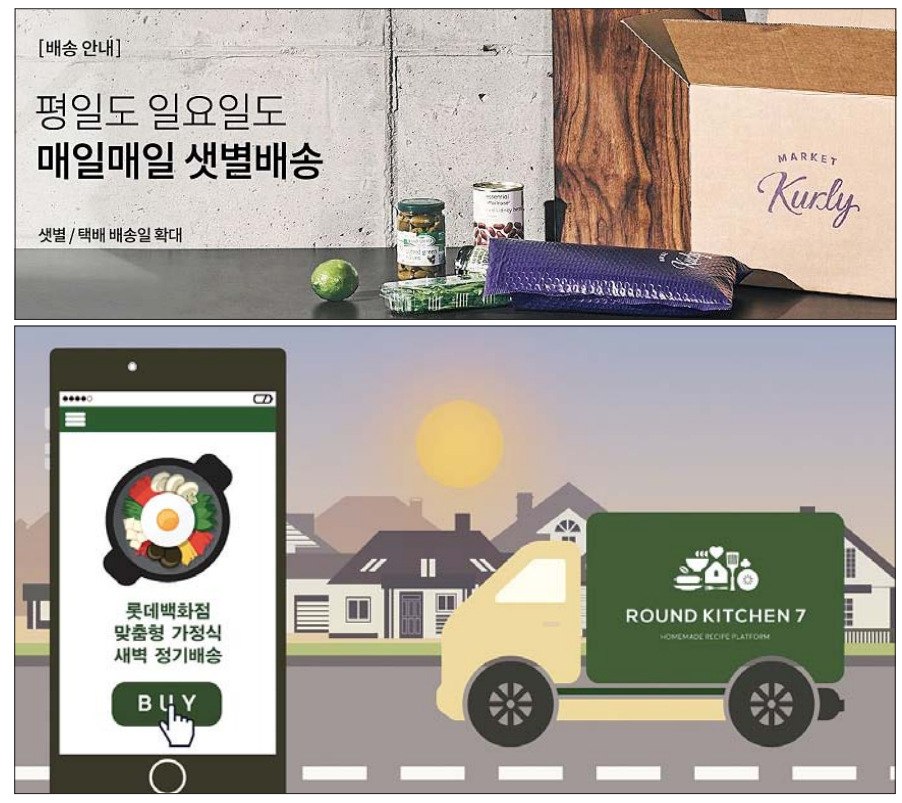
배송 비용은 1회에 4만 4000원 이상 주문 시 무료이며, 1~2만원 대는 5500원, 2~4만원 대는 3200원이다. 새벽 배송은 주문 당일 조리해 오전 1시~7시 사이에 수령 가능하며, 서울 전 지역과 김포, 고양시 등 경기도 대부분 지역을 대상으로 하고, 택배 배송은 제주도를 포함한 전국에서 가능하다.

롯데백화점 식품부문 최원호 치프 바이어는 "지속적으로 메뉴를 확대하고 품질 관리를 강화해 고객의 입맛에 맞는 메뉴와 서비스를 제공하겠다"고 말했다.

편의점 CU를 운영하는 BGF리테일은 11일 딜리버리 히어로 코리아와 업무협약을 체결했다. 배달앱인 '요기요'로 CU의 배달서비스를 전국으로 확대한 것이다.

CU 상품의 배달서비스는 시스템 개발을 거쳐 오는 3월 출시된다. 서울과 수도권에 우선 시행되며 순차적으로 전국에 확대할 계획이다. 배달 상품은 도시락, 삼각김밥, 샌드위치 등 간편 식품부터 이용할 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



마켓컬리 '샛별배송', 롯데백화점 '라운드 키친7'. /마켓컬리·롯데백화점

풀무원USA, 美 두부사업 매출 8800만弗

전년比 11% 성장… 시장 점유율 1위
신제품 개발·출시로 지속 성장 전망

풀무원USA의 두부사업이 매년 성장을 거듭하고 있다.

풀무원은 지난해 풀무원USA의 두부사업 매출이 8800만달러(약 988억원)를 달성해 전년대비 11.1% 성장했다고 13일 밝혔다.

미국 전체 두부시장 점유율은 73.8%(2018년12월3일 닐슨데이터 기준)로 1위를 확고히 했다. 미국 전체 두부시장도 식물성단백질 식품 트렌드 확산과 함께 풀무원USA가 미국인의 입맛에 맞는 새로운 두부 신제품 개발로 성장을 거듭하면서 전년 대비 9.3% 성장한 것으로 나타났다.

조길수 풀무원USA 대표는 "미국 두부시장 전망이 밝다"며 "지속적인 R&D투자와 신제품 출시로 올해 자사 두부 매출을 12.3% 이상 증대 시켜 1000억원을 돌파할 것"이라고 말했다.

두부의 본고장이라고 할 수 있는 동아시아에서 두부시장이 정체현상을 보이고 있는 것과 비교해 새로운 시장이나 다름없는 미국에서 두부시장이 지속 성장하고 있는 것은 매우 주목할 만한 현상이다.

이같은 미국 두부시장의 성장은 육류를 대체할 식물성단백질 소비 트렌드가 확산되고 있는 가운데 풀무원USA가 2016년 미국 두부브랜드 나소야를 인수한 이후 교민과 아시아계를 상대로 한 마케팅에서 벗어나 주류 미국인들의 입맛에 맞는 두부제품을 지속적으로 개발하는 한편 미국 전역에서 적극적인 마케팅을 펼치고 있는데 힘입은 것으로 분석되고 있다.

풀무원은 두부의 세계화를 추진하기 위해 한국을 중심으로 미, 중, 일 3개국에서 글로벌 소이 R&D센터를 운영하고 있으며 이 가운데 미국 LA에 있는 연구소에서는 현지인 입맛과 취향에 맞는 두부제품 개발에 주력하여 그 동안 20여종의 신제품을 선보였다.

미국 현지화 전략으로 탄생한 대표적인 제품으로는 ▲두부의 단백질 함량을 일반제품보다 1.8배 이상 높인 '하이 프로테인 두부(High Protein Tofu) ▲경도를 국내 두부보다 2~4배 높여 물성이 단단한 '슈퍼 펌 두부' ▲서양인들이 싫어하는 비린 콩냄새를 없애고 소스를 넣어 구운 다양한 시즈닝 두부 ▲두부를 큐빅모양으로 잘라 바로 먹을 수 있도록 한 토핑용 두부 ▲햄버거에 넣는 패티 형태의 두부를 들 수 있다.

/박인웅 기자 parkiu7854@

풀무원USA 두부 제품. /풀무원

신세계百, 명절 선물도 '친환경' 열풍

나무·천으로 된 포장 대신 종이 도입
동물 복지·무항생제 제품 등 확대

친환경 열풍이 명절 선물 판도까지 바꾸고 있다.

신세계백화점은 오는 18일부터 설 선물세트 본 판매를 앞두고 친환경 관련 상품을 대폭 늘렸다. 최근 사회에서 대두되고 있는 탈(脫)플라스틱 운동 등 환경에 대한 관심이 명절 선물에도 영향을 미친 것이다.

신세계는 우선 이번 설부터 나무와 천 포장을 모두 없앴다. 대신 종이박스를 도입해 재활용과 품격 두 마리 토끼를 잡는다는 계획이다. 뿐만 아니라 기존에 일반 쓰레기로 분류되던 보냉팩 대신 분리수거가 가능한 보냉팩을 처음으로 도입했다. 보냉팩에 부착된 커팅 부분을 손쉽게 뜯은 후 물을 배출한 뒤 비닐은 재활용으로 버리면 된다.

상품 구성도 달라졌다. 동물 복지나 유기농, 무항생제 제품에 대한 소비자들의 관심이 크게 증가하면서 관련 제품을 확대했다.

실제로 지난해 추석 선물 세트 판매 실적을 분석한 결과, 친환경 인증을 받은 제품이 전년 대비 26% 신장했다. 신세계는 이번 설에 친환경 한우 물량을 38% 가량 늘려 고객들의 수요를 선점한다는 계획이다.

'착한 농법'으로 유명한 '산청 유기농 한우'는 사료 공급과 축사, 도축장, 정육 가공 공장까지 전 과정에서 HACCP 인증을 받았다. 국내 최초로 유기농 한우 인증을 받은 소들은 NON-GMO 사료만 먹는 것은 물론, 청정 지리산 산기슭에서 스트레스 없이 자유롭게 뛰어 놀면서 자라 더욱 건강하다.

저탄소 인증 과일도 10배 늘어났다. 저탄소 인증은 농산물의 생산 전 과정에서 필요한 에너지 및 농자재 투입량을 줄이고 온실가스 배출을 감축하는 저탄소 농업기술을 적용해 재배했다는 뜻이다.

유기농과 무농약, GAP 인증을 획득한 농축산물을 대상으로 정부에서 인증 마크를 발급한다. 저탄소 사과, 배뿐만 아니라 올해 처음으로 한라봉 세트도 선보인다.

유기 합성 농약과 화학비료를 사용하지 않은 유기농 농산물과 생산부터 수확, 포장, 판매 단계까지 잔류 농약, 중금속, 미생물 등 위해 요소를 종합적으로 관리 생산한 GAP 인증 과일도 만날 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@

친환경 선물세트. /신세계백화점

홈플러스, 설 맞아 협력회사 대금 조기 지급

홈플러스는 설 명절을 앞두고 중소 협력회사의 원활한 자금운영을 돕기 위해 대금을 조기 지급한다고 13일 밝혔다.

이번 조기 지급 대상 회사는 대기업을 제외한 중소 협력회사 중심의 3800여 개사로 약 2000억 원 규모의 대금이 조기 지급된다. 홈플러스는 이들 중소 협력회사 대금을 정상지급일보다 평균 7일, 최대 13일 앞당겨 설 연휴 전인 25일까지 지급하기로 했다. 홈플러스는 지난 설에도 협력회사의 자금 부담을 덜어 주기 위해 2000억 원 이상의 대금을 조기 지급한 바 있다.

홈플러스 임일순 사장은 "동반성장 차원에서 협력회사 대금을 앞당겨 지급하기로 했다"며 "앞으로도 협력회사와의 파트너십을 더욱 강화해 고객, 협력회사, 직원 모두가 함께 성장할 수 있도록 노력해 나가겠다"고 말했다.

/신원선 기자