

매출 20兆 시대 이마트의 성장전략

온라인 3兆, 트레이더스 육성, 이마트24 1000개 오픈

올해 순매출 전년비 17.8% 증가
온라인 신설법인으로 성장 강화
이마트24 다점포화 경쟁력 확보

이마트가 올해 외형 성장은 물론 수익성 개선에 주력한다.

이마트는 올해 순매출액(연결기준)이 전년 대비 17.8% 증가한 20조800억원으로 예상된다고 14일 밝혔다. 이는 지난해 대비 5.1% 증가한 수치다.

사업부 별로 살펴보면 할인점이 8.2% 신장한 11조 5,780억, 트레이더스가 30.6% 증가한 2조 4940억으로 예상된다. 노브랜드와 일렉트로마트 등의 전문점은 1조 3770억으로 총 매출이 68.4% 늘어날 전망이다.

올해 이마트 성장의 핵심은 '온라인 신설법인'이다.

이마트는 3월 온라인 통합법인이 출범하면 공격적인 마케팅을 실시, 온라인 통합법인의 총매출이 지난해보다 30% 가량 증가한 3조원이 넘어설 것으로 관측했다.

또한, 트레이더스를 '제 2의 이마트'로 육성할 계획이다. 이를 위해 단독 상품 등 차별화 경쟁력을 더욱 강화하여 기존점 매출을 증가시키는 한편, 올해 3개 신규 점포(월계/부천옥길/부산명지) 출점을 통해 트레이더스의 성장성 강화에 더욱 매진할 계획이다.

이마트 24 또한 공격적인 출점을 통한 다점포화로 경쟁력 강화에 주력한다. 이를 위해 올해 1000여개 점포를 새로 오픈하여 매출을 43% 가량 늘릴 계획이다.

기존 오프라인 이마트는 할인점 경쟁력의 핵심인 '가격경쟁력' 확보를 위해 다양한 노력을 진행한다. 상시 가격경쟁력 확보를 위해 일시적인 행사가 아닌 근본적인 유통구조 혁신을 통해 경쟁업체가

따라올 수 없는 초저가 상품을 다양하게 선보인다는 전략이다.

또한, 리뉴얼 투자를 통한 기존점 경쟁력을 강화한다. 이마트는 매장 리뉴얼을 통해 고객의 변화된 소비 트렌드에 부합하는 매장을 만들어 고객 집객을 높인다는 방침이다.

이러한 성장전략과 더불어 수익성 개선을 위해 다양한 노력을 기울인다.

먼저, 매장 내 운영 상품 수(SKU)와 매장 공간 최적화 통해 수익성을 강화한다. 이마트의 차별화 경쟁력인 식품매장을 확대하는 한편, 비식품 MD 효율화 및 경쟁력 있는 테넌트 유치를 통해 단위 매장당 매출을 높일 계획이다.

또한, 생산성

향상 등을 통한 비용구조 혁신을 통해 매장 운영의 효율성을 더욱 강화할 것이며, 전문점의 경우 기존점 효율제고와 출점 기준 재정립을 통해 수익성 개선에 주력할 것이다.

이마트 관계자는 "지난해는 소비양극화, 최저임금인상 및 가계부채 증가로 인한 고객 수 감소와 비용상승으로 대형마트의 실적이 전반적으로 부진하였다"라며 "올해 영업환경도 어려울 것으로 예상되지만 이마트는 할인

점 분야에 충실한 영업, 온라인 통합법인 출범 및 비용구조 혁신을 통해 성장성과 수익성을 동시에 개선시키겠다"고 말했다.

/신원선기자 tree6834@metroseoul.co.kr



NHN엔터 '1兆 클럽' 첫 달성

모바일 게임전문사 체질개선 영향

NHN엔터테인먼트가 기업 분할 이후 처음으로 연매출 1조원을 돌파했다. 신사업 확대와 기존 게임사업의 체질 개선이 통했다는 평이다.

NHN엔터는 지난해 매출액 1조2821억원, 영업이익 697억3400만원을 기록했다고 14일 밝혔다. 전년 대비 각각 41%, 97.9% 성장한 수치다. 당기순이익은 1105억원으로 전년 대비 1165.3% 늘었다.

4분기 매출을 부문별로 살펴보면, 게임 매출의 경우 일본의 '요괴워치 푸니푸니'와 '캡파스'의 지속적인 매출 증가와 '크루세이더 퀘스트'의 성과가 더해져 전분기 대비 6.9% 증가한 1151억원을 기록했다. 게임 부문 중 모바일 게임과 PC 온라인 게임의 비중은 각각 67%, 33%다. 분할 이후 지속적으로 추진 중인 모바일 게임 전문사로 체질 개선 작업도 순조롭게 진행되고 있다고 회사 측은 설명했다.

비게임 매출도 눈에 띈다. 비게임 매출은 전분기 대비 17.1% 늘어난 2707억원을 기록했다. 이 가운데 페이코와 NHN한국사이버결제, 인크로스 등 주요 법인의 실적 개선으로, 결제와 광고 사업 매출이 전분기 대비 9.5% 증가한 1449억원



NHN엔터테인먼트 사옥 전경. /NHN엔터테인먼트

으로 집계됐고, 에이컴메이트의 계절적 성수기 효과가 반영된 커머스 매출은 전분기 대비 26.1% 상승한 515억원을 기록했다.

엔터테인먼트 매출은 버스의 실적 개선과 신규 계열사인 여행박사 및 위즈덤하우스의 연결 편입효과로 전분기 대비 27.2% 증가한 468억원을 기록했다. 기술사업의 경우, PNP시큐어의 계절적 성수기 영향으로 전분기 대비 29.6% 상승한 275억원의 매출을 올렸다.

신사업의 핵심인 페이코(PAYCO)는 기존 간편결제 서비스를 넘어 올해는 '간편 금융 플랫폼'으로 도약하겠다는 청사진을 밝혔다. 올해는 오프라인 결제가 성장하는 해가 될 것으로 기대했다.

/김나인 기자 silkni@

과기정통부, 9개 주요기업과 스타트업 지원

19일 '벤처 지원 통합설명회' 개최

오는 19일 네이버·롯데액셀러레이터·삼성전자·SK텔레콤·KT·LG CNS·카카오벤처스·포스코·한화드림플러스 등 9개 주요 기업과 정부가 공동으로 서울 양재 엘타워 그레이스홀에서 창업 및 벤처 지원과 관련한 통합설명회를 개최한다.

과학기술정보통신부는 정보통신기술(ICT) 창업·벤처 지원사업 'K-글로벌 프로젝트' 2019년 사업 통합안내문을 공고하고, '2019년 ICT 창업·벤처 지원사업 민간 통합설명회'를 개최한다.

2019년 K-글로벌 프로젝트는 ICT 분야 스타트업을 위해 창업, 성장, 해외진출 등 기업 성장 단계별 프로그램과 빅데이터, 클라우드, 블록체인, 정보보호 등 12개 분야 30개 지원사업을 담고 있다. 지난해 15개 사업보다 2배 규모로 확대됐다.

K-글로벌 프로젝트는 과기정통부의 ICT 분야 창업·벤처 지원사업을 모두 모아 통합 관리하는 프로그램이다. 4차 산업혁명에 대응해 인공지능(AI), 블록체인, 가상·증강현실(VR·AR) 등 ICT 분야 혁신적 아이디어 및 기술을 보유한 기업을 집중적으로 지원할 것으로 예상된다.

/김나인 기자

한화·OCI 태양광사업, 올해는 별들까

북미·유럽 등 글로벌 수요 증가
그룹차원 대규모 투자도 단행

지난해 중국이 태양광 정책 방향을 선회하면서 전 세계 태양광 시장이 침체에 빠진 가운데 올해는 국내 태양광 기업들에게 반전의 기회가 찾아올지 주목된다.

14일 업계에 따르면 최근 OCI는 지난해 태양광 시장 위축 영향으로 전년보다 44.2%나 급감한 영업이익(1587억원)을 기록했다고 발표했다.

특히 지난 4분기에는 태양전지 원재료인 폴리실리콘의 가격이 12%나 하락한 영향으로 431억원의 영업손실을 냈다. OCI는 폴리실리콘에 전체 매출 40% 이상을 의존하고 있다. 지난해 폴리실리콘 가격이 폭락하자 이에 따른 재

고평가 손 84억원도 4분기에 반영됐다. 태양광사업을 담당하는 베이직케미칼의 4분기 영업손실은 620억에 달했다.

실제 태양광시장 조사기관 PV인사이트에 따르면 폴리실리콘은 2018년 1월 1kg당 17달러를 넘는 가격에 거래됐지만 2018년 12월에는 kg당 9달러 수준에서 거래될 때까지 가격이 떨어졌다.

올해 OCI는 '모노 웨이퍼 업체향 고순도 폴리실리콘'의 판매 비중을 높이면서 고부가 전략을 취하는 동시에 폴리실리콘 원가를 절감하며 추세적인 제품 가격 하락을 방어한다는 계획이다.

모노 웨이퍼용 폴리실리콘은 일반적인 멀티 웨이퍼에 적용되는 폴리실리콘보다 가격이 30%이상 높은 걸로 알려져 있다.

OCI 관계자는 "올해 태양광 시장은 북미, 유럽, 인도의 성장과 중국 시장 안

정화로 신규 설치 규모가 지난해(101GW)보다 늘어난 127GW로 전망된다"며 "모노 웨이퍼 생산능력 급증으로 고순도 폴리실리콘의 수요도 빠르게 늘어날 것"이라고 말했다.

오는 20일 실적발표를 앞두고 있는 또 다른 태양광기업 한화케미칼의 지난해 실적도 전망도 그리 밝지는 않다.

황유식 NH투자증권 연구원은 "기초 소재부문 주요 제품의 원가 상승과 수요 위축, 공급 증가 효과가 동시에 겹쳤다"며 "최근 4년 중에 가장 낮은 분기 영업실적을 기록할 것"이라고 내다봤다.

증권가 추정치에 따르면 지난해 한화케미칼의 태양광사업 영업이익은 약 50억원 내외로 전망되고 있다. 중국의 태양광 정책의 영향으로 태양광 수요가 예상보다 부진한 결과다.

/김유진 기자 ujin6326@

현대차 후원... 美 PGA투어 '제네시스 오픈' 개막

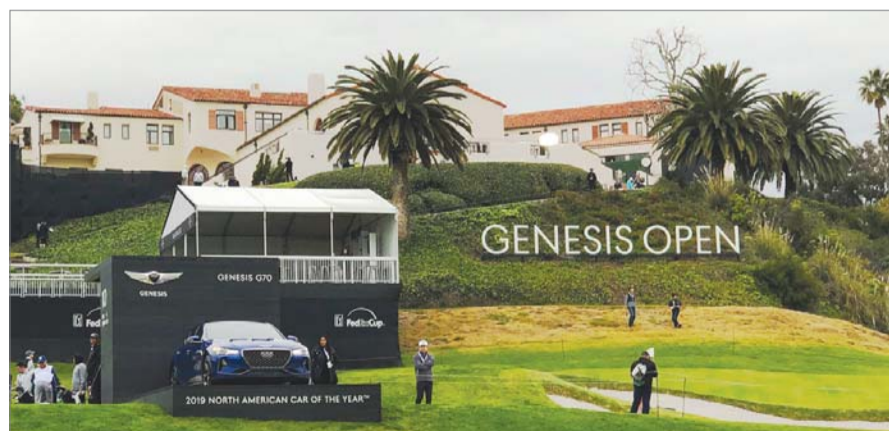
내년부터 인비테이셔널 대회로

현대자동차 고급 브랜드 제네시스가 타이틀 스폰서로 후원하는 PGA투어 토너먼트 대회 '제네시스 오픈'이 내년부터 '인비테이셔널' 대회로 한 단계 격상된다.

14일 제네시스 브랜드에 따르면 PGA투어, 타이거 우즈 재단과 함께 제네시스 오픈을 '오픈'(Open)에서 '인비테이셔널'(Invitational) 수준으로 격상한다는 내용의 협약을 맺었다.

전날 미국 캘리포니아주 리비에라 컨트리클럽에서 열린 협약식에는 PGA투어 커미셔너 제이 모나한과 타이거 우즈 재단의 타이거 우즈 선수, 정의선 현대차 그룹 수석 부회장, 맨프레드 피츠제럴드 제네시스사업부 부사장 등 관계자들이 참석했다.

이번 협약으로 제네시스 오픈은 2020년부터 메모리얼 토너먼트 및 아놀드 파머 인비테이셔널 대회와 어깨를 나란히 하는 인비테이셔널 대회로 한 단계 격상



제네시스 오픈이 개최되는 리비에라 컨트리클럽에 G70 차량이 전시된 모습.

된다. 대회 공식 명칭 등은 추후 결정될 예정이다.

일반적으로 오픈 대회는 프로와 아마추어에게 참가 기회가 주어지나 인비테이셔널 대회의 경우 주최 측이 상급 랭킹 상위 그룹, 역대 대회 우승자 등 일정 기준에 따라 초청한 프로나 아마추어에 한해 대회에 참가할 수 있다는 점에서 차이가 있다.

이에 따라 내년부터 제네시스가 타이틀 스폰서로 개최하는 PGA투어 골프 대회는 주최 측이 참가자를 초청하고 총참가자 수를 144명에서 120명으로 제한해 원활한 대회 운영을 할 수 있게 됐다.

정의선 부회장은 "앞으로도 성공적으로 대회를 개최할 뿐 아니라 고객과 지역사회에 보답하는 마음으로 파트너십을 견고히 이어 나가겠다"고 말했다.

/양성운 기자 ysw@