

# “개방형 R&D로 미래 먹거리 찾는다”... 3년간 2000억 투자



외부 아이디어 수혈... 다양한 시도 개방형 연구 혁신 나서 시너지 창출

CJ제일제당이 대규모 오픈 이노베이션(개방형 연구혁신)을 통해 외부 아이디어 수혈에 나선다.

CJ제일제당은 국내 연구자를 대상으로 신기술과 신사업 아이디어 공모전을 진행하고, 서울대학교차세대융합기술연구원 의 식품바이오 프로젝트도 후원한다. 아울러 국내외 유망 스타트업 및 벤처기업 대상 투자도 추진한다. 12일 CJ제일제당은 이 같은 내용의 오픈 이노베이션 프로그램에 2021년까지 3년간 총 2000억 원을 투자한다고 밝혔다.

먼저 오는 3월 31일까지 신기술 및 신



아이디어 공모전 '블로섬 아이디어 랩' 포스터. /CJ제일제당

사업 아이디어 공모전인 'CJ제일제당 블로섬 아이디어 랩' 1기 모집을 진행한다.

국내에서 활동중인 대학원생 이상의 연구자를 대상으로 마이크로바이옴(인체 안팎에서 상호작용하는 모든 미생물과 유전정보를 통칭)과 레드바이오(의료바이오), 화이트바이오(산업바이오), 푸드테크 등 식품 및 바이오 분야의 새로운 기술 또는 아이디어를 공모해 총내 팀을 선발하는 방식이다.

최종 채택된 팀에게는 5000만원의 상금과 3년간 최대 3억원 규모의 연구지원금이 지급된다. 아울러 CJ제일제당 연구진의 자문과 창업지원, 특허출원 등 다양한 방식의 지원도 이뤄질 예정이다. 오픈 이노베이션 전문 플랫폼인 허브팟 웹사이트를 통해 응모할 수 있다.

서울대 차세대융합기술연구원에서 추진중인 식품 및 바이오 분야 기술 사업화 프로젝트 후원에도 나선다. 서울대 연구진이 보유한 연구결과를 기반으로, 타 분야와의 융합을 통해 식품·바이오 기술사

업화 방안을 개발하는 방향으로 진행될 예정이다. 올해는 5명의 교수진의 아이디어를 사업화 모델로 육성하는 작업을 지원한다. CJ제일제당은 참여팀에 활동비를 지급하며, 우수팀에게는 시제품 개발비를 후원하고, 연말에 시제품의 성과에 따라 공동개발, 후속투자 등의 지속후원을 계획하고 있다.

이 외에도 국내외 창업투자자와 협업을 통해 식품 및 바이오 분야 유망 스타트업 기업을 지속적으로 발굴, 육성하는 한편, 그동안 조성한 벤처투자펀드를 활용해 성장 가능성이 높은 벤처기업에 대한 직간접 투자도 지속적으로 확대할 계획이다.

CJ제일제당은 지난해 국내외 석학들이 연사로 참석한 'CJ R&D 글로벌 컨퍼런스'를 개최하는 등 외부 아이디어를 받아들여 시너지를 창출하려는 다양한 시도를 지속하고 있다. CJ제일제당이 이처럼 개

방형 연구혁신에 적극적으로 나서려는 것은 중장기적 관점에서 미래 성장동력을 확보하기 위해서다. 현재도 글로벌 수준의 R&D 경쟁력을 보유하고 있지만, 학계와 강소기업의 신선한 아이디어를 받아들여 시너지를 내면 보다 혁신적인 사업 성과로 이어질 수 있다는 판단이다.

CJ제일제당 관계자는 “이번 오픈 이노베이션을 통해 최근 학계뿐 아니라 여러 기업에서도 차세대 기술로 주목하고 있는 ‘마이크로바이옴’ 등 다양한 분야에서 신선한 아이디어가 쏟아져 들어올 것으로 기대한다”며 “특히 아이디어 공모전에서 선정된 경우, 향후 CJ제일제당 입사 시 가산점을 부여하고 CJ제일제당 제품에 기술이 적용되는 등의 혜택도 있어 구체적인 사업화와 실질적 성과에 목말라 있는 국내 연구진에게도 좋은 기회가 될 전망”이라고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr



동서식품, 한정판 '맥심 카누 스프링 블렌드 아메리카노' 출시 동서식품이 12일 오전 서울 용산구 맥심플랜트에서 다가오는 봄을 맞아 출시하는 한정판 '맥심 카누 스프링 블렌드 아메리카노'를 선보이고 있다. /손진영 기자 son@

## 화이트데이 'D-1'... 식품업계 마케팅 '후끈'

패키지 출시에 할인 이벤트

식품업계가 화이트데이(3월 14일)를 앞두고 마케팅 활동에 집중하고 있다. 화이트데이 관련 제품을 출시하거나 할인 등 다양한 이벤트를 선보이고 있다.

12일 업계에 따르면 롯데제과는 화이트데이를 앞두고 젤리 및 캔디 기획 제품을 출시했다. 젤리서스와 말랑카우의 패키지를 새롭게 바꾸고, 기획 제품도 출시했다. 젤리서스 패키지는 스탠딩 파우치 타입에서 봉지 타입으로 변경했다. 브랜드의 통일감도 강조했다. 말랑카우는 하트 무늬를 넣어 '러블리'를 테마로 한 화이트데이 전용 패키지로 내놨다.

SPC가 운영하는 파리바게뜨도 화이트데이를 앞두고 '로맨틱 하트케이크', '러블리 핑크케이크', '꽃대신 플라워 케이크' 등 케이크 제품을 선보였다. 또한 라인프렌즈 캐릭터와 협업한 라이팅 케이크, 인기 캐릭터인 브라운과 코니를 올린 '브라운과 코니의 하트시그널'도 내놓았다. 아울러 '엔드리스플라워', '플라워하트', '로맨틱 러브', '포에버기프트' 등 선물세트도 출시했다.

청년떡집은 전통떡 8종과 퓨전떡10종 등 다양한 디저트 떡 메뉴를 선보이고 있다. 티라미슈 크림떡, 카카오 크림떡, 마약떡(옥수수 크림떡), 녹차 크림떡 등부



롯데제과 화이트데이 젤리 및 캔디 기획 제품. /롯데제과

터 인절미 꿀호떡, 흑임자 인절미 등 전통떡 제품도 판매 중이다.

하이트진로는 연인들을 위한 와인 패키지 2종을 판매한다. 이번 와인 패키지 2종은 로제와인 '바바로제타'와 세미스과클링 와인인 '발비소프라니 모스카토 다스티'로 기념일에 연인, 가족들과 함께 로맨틱한 분위기를 연출하기 위한 와인을 추천하기 위해 기획됐다. 두 제품은 홈플러스 및 롯데마트 전매장에서 만나 볼 수 있다.

화이트데이를 위한 이벤트를 진행하는 곳도 있다. CJ제일제당은 화이트데이를 맞아 햇반인형 증정 이벤트를 전개한다. 올리브마켓 여의도점과 쌍림점 두 곳에서 진행한다. 화이트데이가 단맛의 대명사인 사탕을 선물하는 날이고 '밥 또한 씹을수록 단맛이 느껴진다'는 점에 착안해 기획된 행사다. /박인용 기자

## “더 빠르고 더 편하게” CJ오쇼핑, 배송서비스 강화

홈쇼핑 첫 당일배송에 긴급회수까지 '홈픽 서비스' 연내 추가도입 검토

TV홈쇼핑 최초로 당일배송 서비스를 선보인 CJ ENM 오쇼핑부문이 업계 최초로 긴급회수 서비스를 도입하는 등 배송서비스 강화에 나선다. 기존 서비스의 개선과 함께 차별화 된 신규 서비스를 도입해 TV홈쇼핑을 포함한 이커머스 시장에서 배송 경쟁력을 확보하겠다는 계획이다.

CJ ENM 오쇼핑부문은 2015년 6월 당일배송 서비스를 도입, 지난 해부터 하루 평균 약 4000 건의 당일배송 서비스를 실시하고 있다. 오전 12시까지 접수된 TV홈쇼핑 판매물량 중 물류센터를 통해 직접 배송하는 제품들을 그날 저녁 10시 전까지 받아볼 수 있게 함으로써 고객 편의를 높이고 있다.

오는 9월부터는 경기도 군포와 부곡에서 분산 운영되고 있는 물류센터들 경기도 광주 통합물류센터 한 곳으로 운영함으로써 당일배송 물량을 지난 해 대비 1.5배로 늘릴 계획이다. 아울러 7월부터는 CJmall에 별도 페이지를 마련해 오후 5



당일배송 판매방송. /CJ ENM 오쇼핑 부문

시까지 주문된 우유, 과일, 채소 등의 신선식품과 HMR 식품에 대한 새벽배송 서비스를 서울 및 수도권역을 대상으로 실시할 예정이다.

배송뿐 아니라 상품 회수 서비스도 강화된다. 3월부터는 TV상품 긴급회수 서비스를 업계 최초 도입해 이번 주부터 본격 운영에 들어간다.

대한통운과 함께 운영 중인 전담 배송 조직의 인력 충원과 IT 서비스 개선을 통해 회수를 요청한 물량의 최대 40%를 요청이 접수된 당일에 회수한다는 계획이다. 3월부터 긴급회수가 우선 적용되는

제품은 패션 및 레포츠 의류이며, 연말까지 점차적으로 대상 제품을 확대해 나갈 방침이다.

고객이 원하는 날짜와 시간, 장소에서 상품을 회수할 수 있는 '홈픽 서비스'도 연내 추가도입을 검토 중이다.

CJ ENM 물류 관계자는 “(배송관련) 고객 문의의 중 약 30%가 상품회수 일정에 대한 내용으로서 이에 대한 개선방안을 고심해 왔다”며 “차별화 된 배송서비스를 통해 고객의 구매 프로세스 전반에 대한 만족도를 높이는 데 기여하게 될 것”이라고 밝혔다. /신원선 기자 tree6834@

## 아워홈, 카카오페이 결제 서비스 도입

24일까지 기념 프로모션 진행

아워홈은 생활금융 플랫폼 카카오페이와 제휴를 통해 자사 전 외식매장에 카카오페이 결제 서비스를 도입한다고 12일 밝혔다. 카카오페이 사용 고객이라면 누구나 아워홈 매장에서 메뉴를 주문하고 카카오톡에 생성된 QR코드 및 바코드를 통해 간편하게 결제할 수 있다.

이와 함께 아워홈은 카카오페이 결제 서비스 도입을 기념해 오는 24일까지 카카오페이와 공동 프로모션을 진행한다. 먼저 카카오페이로 9000원 이상 결제한 고객에게 최대 22% 할인 혜택을 제공한다. 행사 매장은 총 12곳으로 푸드앤피어(여의도 IFC, 세브란스, 인천공항), 아워홈 푸디움, 별미분식, 한식미담길, 버거헌터(여의도 IFC, 세브란스), 밥이밥이



다(여의도 IFC, 세브란스), 손수밥, 온담국수가 참여한다.

또한업타운카페(강남, 세브란스, 창원), 업타운베이커리(세브란스)에서 5000원 이상 주문 후 카카오페이로 결제하면 최대 20% 할인을 제공한다. 공동 프로모션 기간동안 인당 1회 총 4회까지 혜택을 받을 수 있다.

아워홈 관계자는 “스마트폰 간편결제를 활용하는 고객이 많아지면서 결제 편의성을 제공하기 위해 카카오페이 결제 서비스를 도입하게 되었다”며 “앞으로도 고객의 입장에서 편의성을 높일 수 있는 방안을 찾아 적극 반영할 것”이라고 말했다. /박인용 기자



## 코로나 길~어진 '슬릭캔' 선풍

멕시코 맥주 코로나가 휴대성과 세련미를 강조한 '슬릭캔(Sleek Can)'을 출시한다고 12일 밝혔다. 코로나 '슬릭캔'은 기존 355ml 캔맥주 패키지를 코로나 병맥주처럼 날씬하게 디자인한 제품으로 통통한 외관의 대다수 캔맥주보다 그림감을 높인 것이 특징이다. 보다 더 쉽게 손에 쥐고 마실 수 있지만 용량은 기존 캔 제품과 동일한 355ml를 유지했다. /박인용 기자