

글로벌 물류 잡으러 호랑이굴에... 대한통운-DSC 통합

(美 현지 물류기업)

CJ 로지스틱스 아메리카 출범

운송·포워딩 70여개 사업장 통합
물류창고 280만㎡, 직원 4200명

CJ대한통운이 2018년 인수한 미국 현지 물류기업 DSC와 합병해 통합법인 'CJ 로지스틱스 아메리카(Logistics America)'를 출범했다.

한국기업이 미국 현지 기업을 인수한 경우는 많지만 법인 통합까지 한 경우는 매우 이례적이다.

이는 "아시아는 물론 글로벌 물류사업의 진화를 주도해 나가야 한다"는 CJ그룹 이재현 회장의 강한 의지가 반영됐다는 분석이다.

CJ대한통운은 지난 3일(현지시간) CJ대한통운의 미국법인 'CJ 로지스틱스 USA'와 2018년 M&A를 통해 인수한 미국 물류기업 'DSC 로지스틱스'를 합



'CJ Logistics America' 직원들이 포즈를 취하고 있다.

병해 통합법인 CJ 로지스틱스 아메리카를 출범시켰다고 4일 밝혔다.

기존에 영업 중이던 CJ 로지스틱스 캐나다 등 일부 법인은 CJ 로지스틱스 아메리카의 자회사로 편입된다. 본사 소재지는 일리노이주 시카고 인근의 데

스 플레인이다.

CJ 로지스틱스 아메리카는 기존에 양 법인이 보유하고 있던 인력과 물류 인프라, 플랫폼을 통합운영하면서 북미 전역에 걸친 광범위한 물류 네트워크를 구축하게 됐다. 미국과 캐나다 전역에

걸친 280만㎡ 규모의 물류창고와 함께 운송, 포워딩 사업을 위한 70여개의 사업장이 통합 운영된다. 물류창고 280만㎡는 축구장 400여개에 해당하는 크기다. 통합법인 전체 임직원은 4200여명으로 늘었다.

CJ대한통운은 통합법인 출범을 통해 해외에 진출한 한국기업을 중심으로하던 영업방식을 탈피하고 다국적기업을 대상으로 한 글로벌 영입이 가능해질 것으로 기대하고 있다. 1960년 설립된 이후 세계경제 중심지인 북미시장에서 잔뼈가 굵은 DSC의 영업망과 인적네트워크에 CJ대한통운이 갖춘 첨단물류역량을 결합해 본격적인 M&A 시너지를 내겠다는 전략이다. 물류사업 영역도 기존의 식품·소비재 중심에서 콜드체인과 전기전자 등 고부가가치 산업군으로 확장할 수 있어 안정적인 성장기반과 차별화된 경쟁력을 확보할 것으로 예측된다.

CJ대한통운은 통합법인 출범을 계기로 글로벌 물류 서비스도 업그레이드하겠다는 방침이다. 미국을 중심으로 제공됐던 기존 서비스는 북미 전역으로 확장된다. 한국~북미 운송은 물론 인접국가와 오가는 복합운송 서비스 등 고객의 다양한 요구를 수용한 맞춤형 종합물류 서비스 제공도 가능해진다. 향후 멕시코를 포함한 남미지역은 물론 CJ대한통운이 보유한 글로벌 네트워크를 활용해 전세계로 물류망을 확장할 전망이다. CJ대한통운은 현재 40개국, 154개 도시를 거점으로 한 글로벌 물류 네트워크를 구축하고 있다.

CJ 로지스틱스 아메리카 최고경영자(CEO) 에드 바위쉬스는 "고객은 우리가 하는 모든 일의 중심에 있으며, 고객에게 제공하는 가치를 높일 수 있는 기회"라며 "더 좋은 서비스를 제공하기 위해 양사 모두 힘을 합치겠다"고 말했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

O2O서비스 거래액 97조... 22.3% 성장

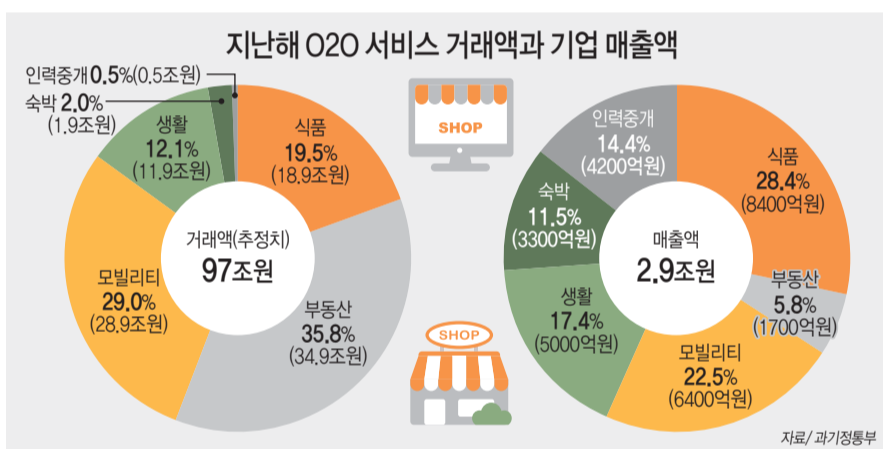
과기부, 작년 555개 기업 서비스
기업 매출액 2.9조, 30.4% 상승

지난해 O2O(온·오프라인 연계) 서비스를 통한 거래액은 약 97조원으로, 전년(약 79조3000억원) 대비 22.3% 성장한 것으로 나타났다.

또 O2O 서비스 기업의 매출액은 약 2조9000억원으로, 전년(약 2조2700억원) 대비 30.4% 성장한 것으로 집계됐다.

과학기술정보통신부는 인터넷·플랫폼 서비스 활성화 기반 조성을 위해 국내 O2O 서비스 시장 현황을 파악한 결과, 약 555개 기업이 O2O 서비스 기업으로 집계됐다고 4일 밝혔다.

O2O 서비스는 휴대폰 앱 등을 통해 음식 주문, 택시·렌터카 호출, 숙박·레저 예약, 부동산 계약, 가사도우미 요청 등을 실시간으로 공급자와 이용자를 매칭해주는 서비스이다. 과기정통부는 O2O 서비스를 ▲정보통신기술(ICT)을 활용한 맞춤형 서비스 ▲공급자-이용자 간 플랫폼 기반 디지털 매칭 ▲비즈니스 거래 비용 발생 ▲중개 대상이 오



프라인 서비스 등으로 규정했다.

O2O 중 생활서비스 분야의 기업수가 179개로 가장 많았고, 모빌리티·물류(121개), 인력중개(100개), 숙박·레저(65개), 식품·음식(47개), 부동산(43개) 순이었다.

지난해 O2O 서비스 기업 매출 2조9000억원 중 분야별로는 식품·음식 분야가 8400억원(28.4%)으로 가장 많았고, 모빌리티·물류 22.5%(6400억원), 생활서비스 17.4%(5000억원), 인력중개 14.4%(4200억원), 숙박·레저 11.5%(3300억원), 부동산 5.8%(1700억원) 등 순이다. 기업의 매출 발생 형태는 수수

료, 광고료, 이용료, 판매매출, 정기사용료, 가입비 등이 있었으며, 대부분 기업은 2개 이상 수익모델을 가지고 있었다.

지난해 전체 거래액은 약 97조원 중 서비스별 매출은 부동산 분야가 34조9000억원(35.8%)으로 가장 높았고, 모빌리티·물류(29.0%), 식품·음식(19.5%), 생활서비스(12.1%), 숙박·레저(2%), 인력중개(0.5%) 순이었다.

지난해 O2O 서비스 종사자는 약 53만7000명, O2O 플랫폼에 서비스를 공급하는 업체는 약 34만2000개로 추정된다.

/채윤정 AI전문기자 echo@

중기부, 신사업창업 교육생 205명 모집

중소벤처기업부와 소상공인시장진흥공단은 신사업창업사관학교 교육생을 모집한다고 4일 밝혔다. 모집 규모는 205명으로 이달 28일까지다.

신사업창업사관학교는 전국 9개 지역에서 신사업 분야 예비창업자를 대상으로 체계화된 창업교육을 통해 경쟁력 있는 소상공인 육성을 목적으로 하는 사업이다.

중기부와 소진공은 신사업 아이디어로 창업하려는 예비 창업자를 선발해 1개월간의 창업교육과 체험점포에서 4개월간 실제 점포경영 등 총 5개월간의 교육과정을 지원한 후 우수 졸업생을 대상으로 최대 2000만원의 사업화 자금을 패

키지로 지원하고 있다. 특히 올해부터는 성장세가 가파른 온라인 마케팅에 적합하고, 혁신성을 기반으로 한 스마트 소상공인 육성에 역점을 둘 계획이다.

이를 위해 기존 오프라인 점포 중심으로 운영되던 방식을 카카오톡, 쿠팡 등 IT플랫폼 기업과 연계해 디지털 역량 교육, 코칭 프로그램 및 입점을 지원하는 등 온·오프라인을 융합한 플랫폼 방식을 확대해 나갈 예정이다.

아울러 창업자 발굴 및 사업 시작단계부터 MD 전문가를 활용해 상품·서비스 개발을 지원하고, 쇼케이스 데이를 열어 자금 유치와 판로 확보 기회도 제공한다.

/김승호 기자

코웨이 '한방온혈 안마의자' 매출 300억

경략 이론따라 주요 경혈부위 자극

코웨이는 '한방온혈 안마의자' (사진)가 출시 1년도 안돼 판매 매출 300억원 돌파했다고 4일 밝혔다.

지난해 2월 중순 선보인 한방온혈 안마의자는 두 달 만에 판매 매출 50억원을 돌파한 데 이어 매월 안정적인 매출을 기록하며 코웨이가 선보인 역대 프리미엄 안마의자 제품 중 최단기간 판매 매출 300억원을 넘어섰다.

한방온혈 안마의자의 주된 인기 요인으로는 전통적인 한방의학학을 접목한 혁신성과 세분화된 안마 프로그램을 탑재해 사용자가 몸 상태에 맞춰 다양한 마사지를 받을 수 있다는 점이 꼽힌다.

한방온혈 안마의자는 한방의학에서 많이 활용하는 경략 이론에 따라 주요 경혈 부위를 자극, 신체 통증 완화 및 수면 개선 등에 도움을 주는 제품이다. 동국대 일산한방병원에서 임상시험을 통해 제품의 효과성을 검증받았으며 안마의자와 한방의학의 결합이라는 혁신성을 인정받아 '2019 CES 혁신상'을 수상하기도 했다.



이 제품은 경혈을 효과적으로 자극하기 위해 코웨이만의 특허 기술이 담긴 '온열 테라피 톨'을 탑재했다. 제품 내부에 탑재된 2개의 온열 테라피 볼이 사용자의 주요 경혈 자리를 움직이면서 몸을 누는 것처럼 따뜻하고, 편안하게 경혈을 자극한다.

또한 이 제품은 온열 테라피 톨을 이용하는 7가지 추나 안마 프로그램과 6가지 일반 안마 프로그램을 탑재해 사용자가 자신의 몸과 컨디션에 맞춰 다양한 안마를 받을 수 있도록 했다.

/김승호 기자

노란우산 가입자 1041명 추첨 상품 지급



중소기업중앙회는 소기업소상공인 공제인 노란우산 가입자 1041명을 추첨해 국내외 여행상품권과 블루투스 이어폰, 문화상품권 등을 지급했다고 4일 밝혔다.

지난해 10월 노란우산 재적 가입자 120만명 달성을 기념하고 가입 촉진을 위해 지난해 10~11월 사이에 가입한 고객을 대상으로 추첨을 통해 선발했다.

노란우산은 2007년 9월 첫 출범 후 12

년 만에 누적가입자가 164만여 명에 달하고, 재적 가입자는 122만4000여 명을 기록했다.

이 공제는 소기업·소상공인의 퇴직금(묵돈) 마련을 위한 지원제도로 중소기업중앙회가 운영하고 정부(중소벤처기업부)에서 관리 감독한다. 특히 납입한 부금에 대해 연간 최대 500만원까지 소득공제와 연복리 이자가 지급되고, 납입부금은 법률에 의해 수급권(압류금지)이 보호돼 생활안정 및 사업재기 자금으로 활용할 수 있다.

/김승호 기자

현대L&C 공식 홈페이지 개편 SNS 로그인 '마이로그' 추가

현대L&C는 공식 홈페이지를 개편해 새로 오픈한다고 4일 밝혔다.

개편된 홈페이지는 고객 편의성을 강화하고 인테리어 팀, 국내외 인테리어 전시회 리뷰 등 인테리어 관련 정보를 고객들이 손쉽게 접할 수 있게 한 것이 특징이다. 특히, 개인 SNS 계정을 통해 로그인할 수 있는 '마이로그' 기능을 추가했다. 이를 통해 로그인한 고객들은 홈페이지 제품 소개 코너에서 마음에 드는 제품을 '마이로그'에 담아 해당 제품 정보를 문자나 카카오톡으로 공유할 수 있다.

/김승호 기자