위기 봉착한 유통가 초심으로… "전사적 구조개선 추진"

이마트, 신선식품 경쟁력 정조준
트레이더스, 전문점 사업 손질
신세계百, '상권 1번 점포' 강화
현대百, 아울렛·면세점 고도화

이마트 전경. /손진영 기자 son@

현대백화점 압구정 본점. /현대백화점그룹

소비 침체에 더해 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태로 위기에 봉착한 유통업계가 구조 개선으로 성장동력을 확보하겠다는 청사진을 내놓았다.

먼저, 이마트는 신선식품 경쟁력 강화에 주력한다.

이마트 형태준 부사장은 25일 주주총회에서 "2020년에는 어려운 경영 환경을 극복하고 이마트 재건을 이뤄내기 위해 전사적인 구조 개선을 추진하겠다"고 밝혔다.

이마트는 이를 위해 신선식품 경쟁력을 강화하고, 비식품 상품은 과감하게 재편하는 방향을 제시했다. 특히 신선식품은 대형마트의 '무기'인만큼 경쟁력을 강화해 고객의 발길을 끌어오겠다는 전략이다. 또 고객의 요구에 맞춰 매장을 재구성하고 상품 구성을 최적화하기로 했다.

근본적인 경영체질 개선을 위해 원가 절감을 추진하고 운영 효율도 강화할 계획이다.

트레이더스는 스타필드 안성에 19호점을 여는 등 지속해서 성장을 추진해 나가는 반면 전문점 사업은 과감한 손질을 통해 수익성 개선에 총력을 다하기로 했다.

신세계백화점은 상권 1번 점포 전략을 지속해서 강화한다는 계획을 제시했다.

장재영 신세계 대표이사는 이날 주총에서 "침체한 소비환경에서도 적극적인 외형 확장과 더불어 진출하는 상권마다 압도적인 지역 1번 점으로 거듭나왔다"며 이같이 밝혔다.

신세계는 옛 SC제일은행 건물과 메사 전문관을 통합 개발해 본점을 서울 강북의 1번 점으로 도약시키겠다는 계획이다. 2021년 완공되는 대전 사이언스 콤플렉스는 쇼핑과 과학, 문화, 자연을 아우르는 중부 상권의 대표 백화점으로 만들고 기존 점포들도 개·보수를 통해 경쟁력을 확대한다. 또 자사가 가진 고객 자산과 상품력, 점포망 등을 활용해 신성장 동력 발굴에도 전력을 다하기로 했다.

김형종 대표와 장호진 사장을 사내이사로 신규 선임한 현대백화점은 시대 흐름에 맞는 성장동력의 발굴에 방점을 찍었다.

이동호 부회장은 이날 열린 주총에서 "올해 프리미엄 아울렛 대전점·남양주점 문을 열고 내년 초 현대백화점 여의도 파크원 점을 성공적으로 오픈해 사업 경쟁력을 강화해나가겠다"고 밝혔다.

이 부회장은 또 "면세점은 동대문점 인수와 인천공항 면세점 우선협상대상자 선정을 통해 규모 확대 및 경쟁력 확보를 위해 노력하고 있다"고 덧붙였다.

현대는 또 주당 배당금을 1000원으로 전년보다 100원 올렸다.

한편 이날 이마트 주총에서는 지난해 10월 영입한 강희석 대표가 사내이사로 신규 선임됐다. 신세계백화점은 차정호 대표를 사내이사로 신규 선임했다. 신세계 장 대표는 지난해 11월 인사에서 신세계인터내셔날 대표로 자리를 옮겼다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

"2兆시장 선점하라"… 식품업계 新격전지 '케어푸드'

현대그린푸드 연화식 '그리팅' 론칭
신세계푸드 연하식 '이지밸런스'
아워홈 간편식으로 B2C시장 진출

현대그린푸드 연화식 브랜드 '그리팅' /현대그린푸드

식품업계가 케어푸드를 신성장동력으로 내세우며 올해 2조 원대로 훌쩍 성장한 시장에서 주도권을 확보하기 위한 노력에 한창이다.

25일 통계청에 따르면 오는 2025년 65세 이상 고령인구는 1051만명으로, 전체 인구 중 20.3%를 차지할 전망이다. 지난해 말 기준 65세 이상 고령 인구수는 처음으로 800만 명을 돌파하며 인구 격차가 크게 벌어졌다.

고령화에 따라 씹는 기능이나 소화기능 등이 저하돼 식생활에 어려움을 겪는 경우도 늘어 건강증진, 노후생활의 질 개선 등을 위한 제품 개발이 필요해지고 있다.

올해 케어푸드 시장 규모는 2조 원대로 추정되는데, 한국농수산식품유통공사가 집계한 수치인 2011년 5104억 원과 비교하면 4배 가까이 커졌다.

이에 식품업계는 케어푸드를 신성장동력으로 삼으며 주도권 선점 경쟁에 나섰다. 아워홈은 최근 케어푸드 간편식 '부드럽고 연한 간장불고기', '부드럽고 연한 고추장 불고기' 2종을 선보이며 B2C 시장에 진출했다.

케어푸드란?
건강상의 이유로 맞춤형 식품이 필요한 이들을 위한 차세대 먹거리

현대그린푸드는 지난 2017년 국내에서 처음으로 저작기능 저하를 보완한 연화식(軟化食) 브랜드 '그리팅 소프트'를 론칭했다. 다음해에는 가정간편식 형태의 연화식을 시장에 선보였다.

지난 2018년엔 1300여 명의 조리사와 700여 명의 영양사 가운데 80여 명을 선발해 케어푸드 연구소인 '그리팅 랩(LAB)'을 설립하기도 했다. 현재 서울아산병원, 하나로의료재단 등 전문 의료 기관과 함께 그리팅이 인체에 미치는 효과에 대해서 공동 연구를 진행하고 있다.

현대그린푸드는 올해 그리팅 브랜드 150억 원의 매출을 달성하고, 향후 5년 내에 매출 규모를 1000억 원대로 키운다는 목표다.

김해곤 현대그린푸드 전략기획실장은 "고객 맞춤형 건강식단을 선보이기 위해 이달 초 가동을 시작한 스마트 푸드센터에 하루 300종의 다양한 메뉴를 생산할 수 있는 다품종 소량생산 시스템을 구축했다"며 "이번 그리팅 출시를 통해 국내 케어푸드 사업을 선도하는 기업으로서의 입지를 더욱 공고히 할 것"이라고 말했다.

신세계푸드 삼키기 편한 제품인 연하식(嚥下食)에 중점을 뒀다. 올해에는 케어푸드 전문 브랜드 '이지밸런스(EASY BALANCE)'를 론칭하고신규 개발한 연하식 5종을 선보였다. 이와 함께 특허청에 자체 개발한 연하식 및 영양식 제조 기술에 관련된 특허 4건도 출원했다.

이번에 출시된 이지밸런스 5종은 음식 본연의 맛을 구현하면서도 삼킴이 편하고 혀로 가볍게 으깨 섭취할 수 있을 정도로 경도, 점도, 부착성 등을 조절해 만든 케어푸드다. 별도의 조리과정 없이 용기째 중탕 또는 콤비오븐에서 가열 후 섭취할 수 있도록 했다.

신세계푸드는 첫 출시한 이지밸런스 연하식 5종 외에 추가로 제품을 개발해 요양원, 대형병원 등 B2B(기업간 거래) 시장을 공략한 후 향후 B2C(기업과 소비자간 거래) 시장까지 확대한다는 방침이다.

신세계푸드 관계자는 "병원 위탁급식과 가정간편식 제조를 통해 쌓은 노하우를 접목해 만든 신세계푸드만의 케어푸드로 시장을 성장시키겠다"고 말했다. /김민지 기자 kmj@

여민수 카카오 공동대표 조수용 카카오 공동대표

여민수·조수용 공동대표 카카오 주총서 연임 확정

임기 2년… 사외이사 3인 신규선임

카카오는 '제 25기 정기 주주총회'에서 여민수·조수용 공동대표의 연임이 확정됐다고 25일 밝혔다.

이날 열린 주총에서 김범수, 여민수, 조수용 사내이사 재선임 건이 통과됐다. 대표이사 임기는 2년으로, 오는 2022년 정기 주총까지다.

또한, 사외이사 3인을 새롭게 선임해 독립성은 물론 전문성과 다양성을 강화했다.

신규 선임된 사외이사는 윤석 윤앤코 대표이사, 최세정 고려대 미디어학부 교수, 박새롬 성신여대 융합보안공학과 조교수이며, 조규진 서울대 기계항공공학부 교수는 재선임됐다.

여민수 공동대표는 "새로운 10년을 위해 도약하는 길목에서, 카카오가 일상의 불편함을 해소하고 쉼없이 혁신과 진화를 거듭해 나갈 수 있도록 이끌어 가는 것이 미션이라고 생각한다"며 "카카오가 사회에 미치는 영향력을 고려해 다양한 사회문제에 대해 주체적으로 해결할 수 있는 역할도 지속적으로 확대해 나갈 예정"이라고 밝혔다.

조수용 공동대표도 "사람, 기술을 통해 더 나은 세상을 만드는데 카카오가 일조할 수 있도록 크루들과 치열하게 고민해 나갈 것"이라며 "이용자, 파트너 등 이해관계자와 주주들에게 더 큰 가치를 선사할 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다"고 전했다. /구서윤 기자 yuni2514@

코로나에 채용시장 '겨울잠'… 기업 74% "취소·연기"

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태로 기업 10곳 중 7곳 이상이 신규 채용을 미루거나 취소하는 것으로 조사됐다. 특히 신입직 채용 취소나 연기 비중이 높아 신입직 구직자들에게 타격이 클 것으로 보인다.

25일 잡코리아가 최근 인사담당자 489명을 대상으로 설문조사한 결과에 따르면, 기업 46.0%는 '코로나19로 미뤄진 채용계획이 있다'고 답했고, 13.9%는 '취소된 채용계획이 있다'고 했다. '미뤄진 채용과 취소된 채용 계획이 모두 있다'는 응답도 14.7%로 나타나, 코로나19로 연기되거나 취소된 채용 계획이 있다는 응답이 74.6%에 달했다. '코로나19에도 변화 없이 예정대로 진행했다'는 기업은 4곳 중 1곳(25.4%)이었다.

특히 연기되거나 취소된 채용이 어떤 직원을 뽑는 것인지 물은 결과 '경력직'(39.2%), '신입직'(80.5%)으로 신입직 채용 연기나 취소가 압도적으로 많아 신입직 구직자들의 구직난이 예상된다.

기업들이 채용을 미루거나 취소하는 가장 큰 이유(복수응답)로는 '사회적 거리두기의 일환으로 코로나19 확산을 막기 위해'(63.3%)가 가장 많았고, 이어 '일단 상황을 지켜보고 다시 진행하기 위해'(37.5%), '시장상황 등 앞으로의 부진이 예상돼서'(35.9%), '이용량 저하, 매출 하락 등 실제로 사업부진을 겪고 있어서'(28.5%), '지원자들이 면접을 취소하는 등 채용이 원활하게 이뤄지지 않아서'(18.9%) 등의 응답이 이어졌다. /한용수 기자 hys@