

# 홈플러스, 모바일앱 새 단장... 검색 개선·네이버페이 도입

앱 첫 화면 큐레이션 기능 추가  
혜택·가격·브랜드 등 필터 다양화  
클라우드 활용 서비스 품질 개선

홈플러스는 온라인 주문 고객들을 위한 모바일앱을 새롭게 개편했다고 15일 밝혔다.

홈플러스는 이번 모바일앱 리뉴얼을 통해 ▲고객 개인별 큐레이션 ▲상품 카테고리 및 검색기능 개선 ▲네이버페이·카카오페이·페이코 등 간편결제 도입 등을 통해 고객들이 보다 편리하고 간편하게 쇼핑을 즐길 수 있도록 새 단장했다.

우선 대형마트 3사 중 최초로 도입하는 네이버페이를 비롯해, 카카오페이와 페이코 등 간편결제 서비스를 새롭게 들여와 고객들의 불필요한 정보 입력을 생략했다. 이 같은 간편결제 도입을 통해 결제 수단을 다양화하면서도 결제 과정은 간소화해 고객들의 결제 편의성을 높였다.

홈플러스 앱 첫 화면에는 최적화된



모델들이 15일 서울 등촌동 홈플러스 본사에서 새롭게 리뉴얼된 홈플러스 모바일앱(App)을 선보이고 있다. /홈플러스

데이터 분석을 통해 고객 개개인에게 필요한 상품을 맞춤 추천해 제안하는 큐레이션 기능을 추가했다.

이는 AI 기반의 개인화 추천 서비스 기능을 새롭게 도입한 것으로, 이용자의 실제 데이터를 토대로 개인별 취향에 맞는 상품을 추천해주는 1대 1 개인화 추천 서비스를 제공할 수 있게 됐다.

개인화 추천 서비스 덕분에 불필요한

검색 과정을 생략하고 필요한 상품을 고민 없이 손쉽게 구매할 수 있게 됐다.

아울러 상품 카테고리를 개편하고, 혜택·가격·별점·브랜드 등 검색 필터를 다양화하는 등 검색 기능을 강화해 고객들이 보다 쉽고 빠르게 필요한 상품을 찾을 수 있도록 개선했다.

또 앱 내에서 노출되는 상품 이미지 사이즈도 더 크게 키워 필요한 상품을

한 눈에 찾을 수 있도록 유도했다.

장바구니 화면은 구성을 단순화해 고객 동선을 줄이고, 매장 픽업 선택을 원하는 고객들의 편의성도 높였다.

이밖에도 클라우드 서버를 활용해 서비스 품질을 개선하고, 갑작스런 트래픽 증가 시에도 신속히 인프라를 확장할 수 있도록 서버 시스템도 강화했다.

한편 홈플러스는 모바일앱 리뉴얼을 기념해 이용 고객들을 대상으로 할인 쿠폰 제공 등 다양한 이벤트를 진행한다.

우선 홈플러스 모바일앱(온라인몰 포함)을 처음 이용하는 구매 고객에게는 오는 28일까지 사용 가능한 ▲6만원 이상 구매 시 1만원 할인 쿠폰 ▲2만원 이상 구매 시 무료배송 쿠폰을 제공한다. 또 오는 21일까지 신한카드 8만원 이상 결제한 고객, 오는 22일부터 28일까지 국민카드 8만원 이상 결제한 고객에게는 5% 할인(최대 1만원) 혜택을 제공한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## GS리테일 '달리살다'

유료멤버십 가입자 2배 ↑

오가닉 라이프스토어 브랜드 '달리살다'가 고객들에게 인기를 끌고 있다. GS리테일이 운영하는 유기농 전문 온라인몰 '달리살다'에 따르면, 올해(1월1일~2월14일) 전체 매출은 오픈 이후 동기간(11월1일~12월15일)대비 250%, 유료멤버십 '달리드림' 가입자 수는 213% 늘어난 것으로 나타났다.

이러한 성장세는 최근 자신의 가치관과 신념에 따라 제품을 구매하는 '미닝아웃' 소비현상의 확산이 매출로 이어져서다.

가격이 더 높더라도 제품이 환경에 미치는 영향을 고려해 미래를 위한 가치 있는 소비를 지향하는 고객들이 늘어남에 따라, 미닝아웃이 하나의 소비 성향으로 자리잡으며 유기농 전문 온라인몰 달리살다의 매출 증가요인이 된 것.

이에 건강한 환경에서 자란 동물을 고통 없이 도축하는 동물복지와 사육 환경까지 꼼꼼히 살피는 고객들은 더욱 증가할 것으로 예상된다.

/신원선 기자

# 교촌에프앤비, 지난해 지속성장... 창사 이래 최대실적

매출액 4476억, 영업이익 410억  
전체 가맹점 대비 폐점률 0.08%

치킨브랜드 교촌치킨을 운영하는 교촌에프앤비(이하 교촌)가 지난해 창사 이래 최대 실적을 올렸다.

15일 교촌에 따르면 지난해 연결기준 매출액은 4476억원으로 전년 대비 18% 증가했다. 영업이익은 4%가 늘어난 410억원으로 매출액과 영업이익 모두 창사 이래 가장 높은 실적을 달성했다. 특히 상반기 153억원 영업이익 대비 하반기 영업이익은 68%가 증가한 257억원으로 한 해 동안 지속 성장하는 모습을 보였다.

지난 해 교촌치킨 전체 가맹점 매출은 사상 처음으로 1조원(가맹점 기준)을 돌파했다. 2020년 교촌치킨 전체 가맹점의 배달 매출은 19년 대비 21% 상승했다.

폐점은 단 1곳 전체 가맹점 수(1269개) 대비 폐점률은 0.08%에 그쳤



상반기 완공 예정인 교촌에프앤비 수도권 물류센터 조감도

다. 가맹점당 매출도 19년 대비 14%가 성장했다. 가맹점 매출 증가는 비대면 시대 배달 수요 확대가 주요 요인으로 꼽힌다.

늘어나는 치킨 수요에 대응한 중대형 매장 전환 전략도 통했다. 코로나 19로 인한 휴업 제한을 감안하면, 매장 전환에 따른 주방 인프라 확대가 배달 수요 증가에도 주효했다는 분석이

다. 지난 해 중대형 매장으로 전환한 106개 점의 치킨 판매량은 전년 대비 26%가 늘었다.

교촌은 중대형 매장 전환을 통한 매장당 생산량 증가로 성장을 지속한다는 계획이다. 올해 휴업 영업 정상화까지 이어지면 중대형 매장은 국내 치킨 사업의 구조적 성장을 가져올 전망이다. 특히 올해는 가맹점 주문 물량 증가에

대비한 본사 물류 센터도 증설된다. 상반기에는 수도권 물류센터와 남부(김해)물류센터가 완공 예정이다. 평택에 위치한 수도권 물류센터의 경우 부지 5000평 규모로 일 평균 200톤 이상의 물량을 수용할 수 있다. 이는 기존 수용 능력(약 85톤)보다 2배 이상 높아진 수치다. 교촌은 물류시스템 확충으로 국내 치킨 사업뿐만 아니라 HMR 등의 신사업 등 전 사업부문의 성장 기반을 마련한다는 방침이다.

올해 교촌의 실적 증가 요인도 긍정적이다. 물류센터 증설을 통한 국내 치킨 사업 경쟁력 강화는 물론이고, 코로나 19로 잠시 미뤄졌던 해외 진출도 본격화 된다. 지난 해 교촌 해외 사업은 약 120억의 매출을 올리며 코로나 19 영향에도 전년 대비 약 35%가 증가했다. 현재 6개국 42개 매장이 운영되고 있으며, 상반기 내 싱가포르, 중동 및 아프리카 9개국 진출 계획 중이다.

/조효정 기자 princess@

## 남양유업

품미가 진한 맛있는 치즈

유가공 전문 업체 남양유업은 '품미가 진한 맛있는 치즈'를 출시했다고 15일 밝혔다.

품미가 진한 맛있는 치즈는 한 장의 치즈로 치즈 고유의 품미는 물론 진하고 부드러운 맛을 자랑한다.

더 깊고 진한 치즈 맛을 위해 100일 이상 숙성시킨 체다치즈와 고다치즈를 사용해 만들었으며, 1A등급 국산 우유를 3배 이상 농축 및 배합하였다.

또한 치즈 고유 품미를 향상시키기 위해 기존 남양유업 제품 대비 유품미가 풍부한 버터를 3배 이상 배합했으며 치즈 고유의 품미를 향상시킨 로마노 치즈 페이스트를 사용했다.

/조효정 기자

## 오리온

오! 그레놀라·고래밥 컬러바

오리온이 간편대용식 브랜드 마켓오네이처의 신제품 '오! 그레놀라 초코고래밥(사진)'을 출시했다고 15일 밝혔다.

오!그레놀라 초코고래밥은 간편대용식 '오!그레놀라'와 스테디셀러 '고래밥'을 컬러바레이션해 만든 제품이다.

오!그레놀라 초코고래밥에는 8가지 고래밥 캐릭터에 초콜릿과 코코아 분말을 더한 '초코고래밥'과 국산 쌀, 귀리, 호밀 등 다섯 가지 곡물을 가공해 만든 초코 그레놀라, 오곡볼을 함께 담았다.

/조효정 기자



# 동원F&B, 건기식 브랜드 '올리닉' 론칭

기능별 신제품 6종 출시

동원F&B가 건강기능식품 브랜드 '올리닉'을 론칭하고 신제품 6종을 출시했다고 15일 밝혔다.

올리닉은 영양관리에 관심이 많고 품격있는 제품을 추구하는 VIP 소비자들을 위해 탄생한 프리미엄 건강기능식품 브랜드다. 브랜드명 '올리닉(OLINIQ)'은 영단어 'all'과 'unique'의 합성어로 '뉴트리션(영양관리)의 모든 것을 담은 특별한 건강기능식품 브랜드'라는 의미가 담겼다.

종합 건강기능식품 기업 동원F&B는 18년간 건강기능식품 영양 상담을 통해 축적된 고객의 빅데이터와 사업의 운영 노하우를 기반으로 이번 올리닉 브랜드를 기획했다. 해당 빅데이터를 바탕으로 연령과 성별에 따른 소비자들의 니즈를 분석해 콘셉트를 설정하고 기능별로 6종의 제품을 만들었다.

올리닉은 특허 및 개별인정형 원료를 중심으로 다양한 기능성을 함유한 제품 6종으로 구성돼 필요에 따라 선택할 수 있다.

/조효정 기자

# CU, 친환경 용기 간편식 100만개 이상 판매

친환경에 대한 소비자들의 인식이 높아짐에 따라 CU의 친환경 용기 간편식이 6개월만에 누적 판매량 100만개(1월말 기준)를 돌파하며 가시적인 성과를 내고 있다.

CU는 지난해 8월 생분해 플라스틱 소재(PLA)로 만든 용기를 업계 최초로 간편식 상품에 적용하고 김밥을 시작으로 현재까지 도시락, 샌드위치 등으로 적용 범위를 꾸준히 넓혀왔다.

실제 PLA 용기를 적용한 친환경 상품은 기존 상품보다 가격이 높지만 지난 1월 기준 관련 상품의 매출은 도입

초기(20년 8월) 대비 무려 3배나 올랐다. 이는 전세계적으로 화두가 되고 있는 환경보호에 대한 성숙한 소비 문화가 투영된 결과다.

이러한 흐름에 맞춰 CU는 다른 상품 카테고리로 PLA 용기를 확대 적용한다.

CU는 PLA 용기 적용 품목에 샐러드를 추가시키고 이달 23일부터는 BG F푸드 등 자체 식품제조센터에서 생산되는 탑실링(용기형) 샌드위치 전 품목의 용기를 100% PLA로 교체한다.

/신원선 기자