

# 닻 올린 통합 GS리테일 “2025년까지 매출 25조 정조준”

외형 규모 연간 매출액 약 10조  
전국 오프라인 매장 물류센터 거점  
소비자에 2시간 내 배송 서비스

편의점, 슈퍼마켓, 온라인몰, 흠크핑  
사업을 영위하는 통합 GS리테일호가 7  
월 1일 닻을 올린다.

통합 법인 출범으로 GS리테일은 ▲  
1만500여 오프라인 근거리 소매점 ▲  
10여개의 디지털 커머스 ▲취급액 1위  
의 TV홈쇼핑 ▲전국 40만㎡ 규모의 60  
여 물류 센터망을 보유한 종합 유통 회  
사로 자리매김하게 됐다.

통합 GS리테일의 외형 규모는 연간  
매출액 약 10조원으로 국내 주요 상장  
유통사 기준 3위권이며, 영업이익은  
지난해 GS리테일과 GS홈쇼핑 실적  
합산 기준으로 4000여억원을 기록해  
업계 1위다. 시가총액은 6월 29일 장  
마감 기준으로 GS리테일과 GS홈쇼핑  
합산 시 약 3조8000억원으로 2위 규모  
다.



GS25 직원들과 경영주가 함께 미소지으며 하트를 그려보이고 있다. /GS리테일

GS리테일은 15조5000억원 수준의  
현재 연간 취급액을 2025년까지 25조원  
까지 달성한다는 목표로 사업간 시너지를  
극대화하고 신성장동력을 확보하기  
위해 5년간 디지털 커머스, 인프라 구  
축, 신사업 등의 영역에 총 1조원의 투  
자를 계획하고 있다.

GS리테일의 차별화 핵심 역량은 1만  
5000여 소매점 인프라다. GS리테일은

이를 격변하는 유통환경에서 중요도가  
높아지는 브커머스 플랫폼과 도심형 마  
이크로풀필먼트(세분화된 주문~최종  
배송까지의 과정)의 기반이 될 것으로  
평가하고 있다.

IT·데이터·상품·물류 등 양사의 핵심  
역량과 자산을 총동원해 차별화된 상품  
경쟁력과 서비스를 제공하는 한편, 편  
의점 GS25와 GS수퍼마켓 등 전국 오

프라인 매장을 물류센터 거점으로 활용  
해 소비자에게 2시간 내 배송 서비스를  
제공한다는 계획이다.

GS리테일은 빠른 배송을 위해 최근  
부릉을 운영하는 메쉬코리아의 지분을  
인수하기도 했다. 약 508억원을 투자해  
19.53% 지분을 확보했다. 이는 촘촘한  
물류 배송망을 갖추겠다는 의지로 보여  
진다. 오프라인 매장을 물류 인프라로  
활용하면 타 이커머스 업체에는 없는  
차별화된 배송 서비스가 가능하다.

또한 신선식품을 비롯한 일부 품목을  
공동소싱해 매입 규모를 확대하면 바잉  
파워도 향상시킬 수 있다. 흠크핑과 편  
의점·슈퍼간 크로스 셀링도 기대할 수  
있다.

GS리테일은 다양한 분야의 10여개  
디지털 커머스와 연계해 취급액 약 4조  
5000억원 수준의 현재 디지털, 방송 커  
머스를 25년 10조7000억원 수준까지 끌어  
올린다는 구상을 가지고 있다.

이를 위해 GS리테일은 7월 1일부터  
조직을 기준 플랫폼BU(비즈니스 유

닛) 중심에서 디지털커머스BU와 흠크핑BU 등 크게 3개 사업 영역으로 확장,  
재편해 영역 별 경영 전문성을 기하는  
한편, 상호 시너지를 연계할 수 있도록  
했다.

한편, GS리테일은 통합 법인 출범을  
기념해 GS25에서 1만원 이상 구매 시  
1000원 할인하는 GS25 뮤비페(뮤비비  
치페스티벌) 지류 쿠폰을 100만장 배포  
하는 등 전 사업 영역에 걸쳐 ‘함께해서  
더 큰 행복’을 주제로 총 1만5000여 상  
품을 1+1 증정, 할인하는 등의 프로모  
션을 7월 1일부터 진행한다.

허연수 GS리테일 대표이사는 “전국  
1만5000여 오프라인 플랫폼과 디지털,  
흡쇼핑 커머스를 결합해 시너지를 낼  
수 있는 유통사는 GS리테일 밖에 없을  
것”이라며 “회사가 보유한 핵심 역량을  
기반으로 경계가 허물어지는 유통 시장  
환경에 온·오프 커머스 통합을 통해 차  
별화된 고객 가치 제공을 실현할 것”이  
라고 했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 그룹역량 결집… KT알파, 디지털 커머스 새판

KTH-KT엠하우스 합병 법인  
모바일-TV 전방위 플랫폼 연계

“최초’보다 ‘최고’를 꿈꾸며 현실에  
안주하기보다 매순간 도전하는 기업이  
되겠습니다.” 7월 1일 출범하는 KTH  
와 KT엠하우스의 합병법인 kt alpha  
(kt 알파)를 이끄는 정기호 대표는 30일  
오전 광화문 KT플라자에서 열린 기자  
간담회에서 이같은 포부를 드러냈다.

TV와 모바일에 특화된 채널을 합병  
해 빠르게 변화하는 디지털 커머스 분  
야에서 사업영역을 확대하고 시너지를  
극대화하겠다는 전략이다.

kt 알파는 양사의 정보통신기술 기반  
커머스 사업 역량을 결집해 TV홈쇼핑  
및 온라인 사업의 성장 한계를 극복하  
고 다양한 신규 사업을 추진할 계획이  
다. ▲모바일-TV 전방위 플랫폼 연계  
및 버티컬 신사업 확대 ▲그룹 시너지  
기반 커머스·광고 연계 플랫폼 및 D2C  
커머스 강화 ▲커머스 솔루션 플랫폼  
중심 B2B2C 사업 확장 등을 주요 전략  
으로 내세운다.

이날 정 대표는 “KTH와 KT엠하우  
스가 각각 T커머스와 모바일쿠폰 사업



30일 오전 광화문 KT스퀘어 드림홀에서 정기호 kt alpha 대표이사가 커머스 성장 전략에 대해  
발표하고 있다. /KTH

으로 괄목할만한 성장을 이뤘지만, 급  
변하는 이커머스 시장에서 생존하기 위  
해서는 합병을 통해 더 큰 시너지를 내  
는 게 맞다고 판단, 양사의 경험과 노하  
우를 기반으로 커머스의 판을 넓히고  
연결해 디지털 커머스의 새로운 장을  
열어가겠다”고 말했다.

kt 알파는 정 대표가 겸임하는 나스  
미디어와 자회사 플레이디의 광고·미  
디어커머스 역량을 kt 알파의 사업과  
연결해 기존 서비스들 간의 시너지를  
창출하고, 다양한 분야로 사업 확장을

추진한다.

먼저, 주력 커머스 사업인 K쇼핑은  
라이브 커머스 최초로 모바일과 TV앱  
동시 라이브 방송을 지난 10일 론칭, 플  
랫폼의 경계를 허물었다. 하나의 라이  
브 방송을 모바일과 TV에 동시 서비스  
하여 TV를 주로 시청하는 고연령층의  
고객들도 큰 환경으로 모바일 라이브를  
즐길 수 있도록 했다. TV앱 라이브에서  
바로 주문을 할 수 있어 결제 편의성을  
높였으며, 모바일 채팅창이 TV에서도  
동일하게 구현됐다. /신원선 기자

## 중진공, 청년인재 인공지능 개발자로 육성

스타트업-청년인재 이어드림 프로젝트

중소벤처기업진흥공단이 청년들을  
인공지능(AI) 개발자로 키운다.

중진공은 청년 구직자를 AI 개발자  
로 육성해 스타트업 취업까지 연계하는  
'스타트업-청년인재 이어드림 프로젝  
트' 참가자를 모집한다고 30일 밝혔다.

중기부와 중진공이 시범도입해 운영  
하는 이어드림은 대학 AI 관련학과 전

공 수준의 이론교육과 글로벌 AI 경진  
대회인 캐글을 활용한 실습 활동을 포  
함한 장기 집중 교육을 통해 청년인재  
를 육성하고, AI 유망 스타트업과의 취  
업 매칭까지 지원하는 프로젝트다.  
'이어드림(Year Dream) 프로젝트'  
는 1년 간 집중 교육을 통해 스타트업과  
청년인재를 이어줘 스타트업은 인재 채  
용을, 청년 구직자는 취업이라는 꿈을  
이룰 수 있게 한다는 의미를 담고 있다.

학력과 전공에 상관없이 AI 스타트  
업의 개발자로 성장하길 원하는 만 29  
세 이하의 청년구직자라면 누구나 참여  
할 수 있다. 올해는 시범적으로 8개월  
간 운영하며 모든 과정이 무료다.

교육은 종일집중(주 5일x1 5시간)  
대면방식으로 진행하고 KAIST, NH  
N 등 학계와 산업체의 협업 전문가가  
강사진으로 참여한다. 또한 교육생은  
AI 혁신 벤처·스타트업의 실제 프로젝  
트에 참여하며 자신만의 포트폴리오를  
구성할 수 있게 된다.

이달부터 4개월간

오는 7월부터 법정 최고금리가 연  
24%에서 20%로 인하됨에 따라 정부가  
'불법사금융 특별근절기간'을 운영한  
다. 생계가 어려운 저소득·저신용자를  
대상으로 불법사금융이 확산하는 것을  
방지하겠다는 의도다.

금융위원회는 30일 이 같은 내용을  
담은 불법사금융 특별근절기간 운영계  
획을 발표했다.

금융위에 따르면 최고금리 인하가 발  
표되면서 안전망 대출 등 정책서민금융  
상품을 사칭한 광고가 늘고 있다. 주요  
은행을 사칭한 스팸 문자 신고 건수는  
지난해 1~5월 7만3000건에서 올해 1~  
5월 36만건으로 급증했다.

이에 따라 금융위는 관계기관 합동으  
로 '불법사금융 특별근절기간'을 운영  
한다. 기간은 오는 7월 1일부터 10월 31  
일 까지다.

우선 정책금융 및 금융회사를 사칭한

불법광고 단속을 강화한다. 서민금융진  
흥원에 신설된 서민금융사정 대응단을  
중심으로 서민금융을 사정하는 대출앱  
(APP)과 SNS 사정계정을 단속한다.

또 통신·금융간 협업을 강화해 사정  
문자에 대응한다. 통신사는 은행별 공  
식전화번호(약 23만개)를 등록해 놓고  
불법 스팸 문자 발송될 경우 차단한다.  
은행이 공식 전화번호로 문자를 발송하  
는 경우 문자 프로필에 고유한 브랜드  
로고를 표시할 수 있게 해 사정문자가  
아닌 것을 확인할 수 있게 한다.

아울러 인터넷 불법사금융 정보도 신  
속 차단한다.

금융감독원이 인터넷 불법사금융 정  
보를 적발해 삭제요청시 방송통신심의  
위원회는 신속 심의해 국내정보를 삭제  
하고 해외정보 접속을 차단한다. 불법  
광고에 이용된 전화번호도 3일내 신속  
차단한다.

전담 상담청구를 운영해 피해에 따른  
지원을 즉각 연계한다. /나유리기자 yul15@

## 한솔제지, 이디야커피에 친환경 용기 공급

친환경 용기 제품 테라バス 제공

한솔제지가 친환경 종이용기를 이디  
야커피에 공급한다.

한솔제지는 이디야커피에 친환경 종  
이 용기 제품인 테라バス를 제공하는  
내용의 업무협약(MOU)을 체결했다고  
30일 밝혔다.

이번 협약을 통해 한솔제지는 PE Fr  
ee 친환경 '테라バス' 종이컵 및 친환경  
종이포장재 '프로테고' 커피 파우치를  
진행하는 등 이번에 협약을 맺은 양사  
모두 친환경 제품에 대한 소비자 요구  
를 반영하고 ESG 경영을 강화하고 있  
다.

또한 ▲이디야커피 매장내 종이룰티  
슈와 같은 일회용품의 친환경 제품 전  
환 ▲친환경 제품 적용 확대 및 공동 개

/김승호 기자