"토털 프로틴 프로바이더로 도약"

동원그룹, 수산 넘어 축산 '도전장'

동원홈푸드 축육부문 신설 연 매출 8000억 성장 목표 가공유통 노하우 시너지 기대 대표이사에는 강동만 본부장

동원그룹이 수산업에 이어 축산업까 지 사업영역을 확대해 소비자에게 종 합적인 단백질 식품을 제공하는 '토털 프로틴 프로바이더'로 도약한다.

동원그룹은계열사인동원홈푸드산 하에 축육부문을 신설하는 조직개편을 단행한다고 15일 밝혔다.

동원홈푸드축육부문은기존동원홈 푸드 금천사업부와 최근 동원그룹이 인수한 축산기업 세중이 통합돼 새롭 게 발족된 사업 부서다. 동원홈푸드는 축육부문을 통해 지난해 기준 연매출 5500억원의 축산물 사업을 올해 연매 출 8000억원 규모까지 성장시킨다는 계획이다.

동원홈푸드는 축육부문을 통해 금천 사업부가 가진 유통망과 물류시스템에 세중의 B2C 수입육에 대한 가공유통 노하우를 접목해 시너지를 창출한다는 계획이다. 축육부문 대표이사는 강동



만 동원F&B 영업본부장(전무이사)이 맡았다. 발령일은 23일이다.

이번 조직개편은 전통적으로 참치, 연어 등 수산물을 중심으로 단백질 식 품을 공급해 온 동원그룹이 축산물 부 문까지 사업영역을 본격적으로 확대해 종합 단백질 식품 기업인 '토털 프로틴 프로바이더'로 도약한다는 목표를 가 지고 이뤄졌다.

동원그룹은지구온난화등기후변화 와 코로나 19 사태 등으로 전세계적으 로 단백질 식품 가격이 급등하고 있는 식품산업 환경 속에서 수산물과 축산 물 영역 전반에서 양질의 단백질 식품 을 생산해 합리적인 가격에 소비자들 에게 제공할 계획이다.

금천사업부는 동원홈푸드가 2015년 합병한 국내 최대 B2B 축산물 온라인 유통업체인 금천을 전신으로 하는 사 업부로, 정육점, 식당, 도매업체 등에 한우, 한돈, 수입육 등 100여개의 축산 물을 판매하고 있다. 금천사업부는 동

원홈푸드합병이후연평균25%의매출 성장률을 기록하며 빠르게 성장했다.

세중은 지난 7월 동원F&B에 인수 된 B2C 축산물 가공 전문기업이다.

동원홈푸드는 이번 조직개편으로 축 육부문을 비롯해 ▲식자재 유통과 조 미식품 생산을 전담하는 '식재•조미부 문' ▲단체급식과 외식 프랜차이즈를 운영하는 'FS·외식부문' ▲온라인 장 보기 마켓 더반찬&을 운영하는 '온라 인사업부문' 등 총 4개의 사업영역을 영위하게 됐다.

강동만 대표는 "동원그룹은 이번 축 육부문 출범으로 기존 수산물 사업에 이어 축산물 사업까지 강화하며, 필수 영양소인 단백질을 종합적으로 책임지 는 기업으로 도약하게 됐다"며 "오프라 인, 온라인, O2O 플랫폼 등 다양한 경 로에서 제품과 서비스를 소비자에게 제공하는 '토털 프로틴 프로바이더'가 될 것"이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr







SSG닷컴 입점 소상공인·협력사 매출 '쑥'

신선상품 업체 성장률 두드러져

SSG닷컴이 소상공인을 포함한 중 소협력사 입점을 꾸준히 늘리며 매출 을 끌어올리고 있다. 특히 SSG닷컴이 온라인 장보기 대표 쇼핑몰로 자리잡 으면서 농축수산물 등 신선상품을 취 급하고 있는 중소협력사의 성장률이 두드러진 것으로 나타나 주목된다.

SSG닷컴은 올해 상반기 연 매출 100억원 이하의 중소협력사와 소상공

인이 단독 법인으로 출범한 2019년보 다 42% 늘었고, 같은 기간 매출은 65% 성장했다고 16일 밝혔다.

이는 SSG닷컴의 성장전략과 궤를 같이 한다. SSG닷컴은 취급 품목 수를 늘리고 상품 경쟁력을 확보하기 위해 소상공인의 입점을 지속 확대해왔다. 상생 크라우드 펀딩 '우르르'를 비롯해 전국 유명 패션 로드샵 브랜드 입점, 가 락시장 당일 경매 농산물 판매 등이 대 표적이다.

그 중에서도 가장 눈에 띄는 것은 농 축수산물을 포함한 신선상품을 취급하 는 소상공인 및 중소협력사의 약진이

SSG닷컴은 온라인 장보기 대표 쇼 핑몰로서 당일 배송 서비스인 '쓱배송' 은 물론, 지난 2019년부터는 새벽배송 도 시작한 바 있다. 이를 통해 과일, 정 육, 수산물 등 1차 상품 납품 업체는 물 론 밀키트, HMR, 베이커리, 즉석식 품, 반찬제조업체 등의 신규입점이 활 발하게 이뤄졌고, 지난해부터 보편화 된 '비대면 쇼핑 트렌드'로 관련 상품 의 매출이 급증했다. /신원선 기자

롯데면세점

업계 첫 스마트영수증 발행

롯데면세점이 국내 면세업계 최초로 스마트영수증발행서비스를선보인다고 15일 밝혔다. 디지털 기술을 활용해 ES G(환경·사회·지배구조)가치를실천하고 고객 편의를 높이겠다는 전략이다.

스마트영수증은 매장에서 사용하는 종이 영수증 대신 모바일 등 스마트기 기를 통해 받을 수 있는 전자영수증이 다. 그동안 국내 면세업계에서는 스마 트영수증을 구매 이력 확인 등 종이 영 수증을 보조하는 수단으로 일부분 활 용했으나, 면세품 교환권까지 디지털 화한 것은 롯데면세점이 처음이다. 롯 데면세점은이번스마트영수증시스템 구축으로 연간 약 100만 장의 종이 영 수증 낭비를 줄일 수 있을 것으로 기대 하고 있다.

롯데면세점 회원이라면 상품 구입 즉시 롯데인터넷면세점 홈페이지나모 바일 애플리케이션(앱)으로 스마트영 수증을 자동으로 받게 된다. /신원선기자

"온가족 먹거리 이마트서 만나보세요"

22일까지 먹거리 최대 40% 할인

이마트는 16일부터 22일까지 '온가 족 먹거리 대전'을 열고 각종 즉석식품, 가정간편식, 신선식품 등을 최대 40% 저 렴하게 판매한다고 15일 밝혔다.

먼저즉석식품의경우신세계포인트 회원을 대상으로 할인혜택을 제공해, 이마트 키친 델리 전체 매출 1위 품목이 자 연어, 광어로 알차게 구성한 '프리미 엄 모둠초밥 A(팩)'를 정상가 대비 3000원 할인된 1만6980원에 선보인다.

풍부한 새우살이 특징인 '탱글탱글 대왕 새우튀김'도 개당 20% 할인된 1760원에 준비했으며, '한돈 마늘 돼지 떡갈비(팩)'역시 2000원 할인된 6980 원에 선보인다.

가정간편식도 알차게 준비했다. 이 마트는 17일부터 19일까지 단3일간, 이 마트e카드 결제 고객을 대상으로 '피코 크 강릉식 짬뽕순두부(1010g, 정상가



고객이 이마트에서 초밥을 구매하고 있다.

9980원)을 파격가 3000원에 판매한다.

신선식품에서는대표행사로해양수 산부와 손잡고 신세계포인트 회원을 대상으로 주요 품목을 저렴하게 판매 한다. 우선 '꽃게(100g)', '국산 데친 문 어(100g)'를 각각 정상가 대비 20%, 30%씩 할인된 1496원, 3472원에 판매 하며 영광 참굴비(10미)도 40% 할인혜 택을 제공해 3호(750g)는 1만7880원 에, 5호(950g)는 3만8880원에 선보인



와인 정기구독 박 재 정 퍼플독대표

"입맛 저격 와인 인공지능이 추천 소비자 매료됐죠"



구독스타트업최초로유니콘기업을 꿈꾸는 회사가 있다. 와인 정기 구독스 타트업 '퍼플독'이 그 주인공이다.

퍼플독은 AI 시스템 기반으로 소비 자의 취향에 맞는 와인을 찾아 정기적인 배달서비스를진행하는국내최초디지 털 와인버틀러(butler/집사) 업체다.

박재정 퍼플독 대표는 국내 와인 문화 가 성숙해진 것에 착안해 더 많은 소비 자가 와인에 대해 관심을 갖고 즐길 수 있도록 2018년 7월 퍼플독을 론칭했다.

평균 구독 유지율 94% 달해

3년 간 연 평균 3배 이상 성장

고객층 20대~50대까지 다양

구독 스타트업 첫 유니콘 꿈꿔

와인아카데미를 졸업하고 학위까지 보유한박대표는와 인이라는 아이템에 정기구독 서비스를 접목시켰다. 여기에 AI 맞춤솔루션까지 도입했다.

94%다.

퍼플독은 실물 와인이 정기적으로 서비스되기 때문에 고객의 취향을 정 확하게 판단할 수 있다는 장점이 있다. 퍼플독이용자의 평균 구독유지율은

박 대표는 "단순히 가격 경쟁력을 앞 세우기보다 원하는 취향까지 고려해 서비스를 제공하기 때문에 반응이 좋 은 것 같다"며 "본인이 싫어하는 취향 의 와인이 왔을 경우 피드백을 하게 되 고, 변화하는 취향에 따라 계속해서 리 매칭하기 때문에 만족도가 높다"고 설 명했다. 또한 "와인 관련 콘텐츠를 제공 하기 때문에 고객의 지적 욕구까지 충 족시킬 수 있다"고 덧붙였다.

퍼플독구독자수는 2018년부터 지금 까지 매월 순증가율 10% 이상이며, 매 년 3배 이상 성장하고 있다. 올해 안에 구독자수 1만명을 목표로 하고 있다.

박 대표는 론칭 초반 30~40대를 주 타깃층으로 생각했지만, 실제로는 20 대 후반부터 50대 초반까지 고객층이

다양한 것으로 나타났다. 코로나19이 후 집에서 홈술을 즐기는 사람이 많아 지면서 와인 대중화가 빨라진 탓이다.

박 대표는 앞으로의 주류 시장 변화에 대해 "주류의 글로벌시장 트렌드가 저도 주로 가고 있고, 그에 따라 와인이 우상 향하는모양새"라며 "와인시장은글로벌 시장에서 맥주시장보다 2배 이상 성장 할 것으로 전망되고 있다"고 밝혔다.

이어 "코로나19가 종식된 후에도 이 러한 추세는 이어질 것으로 예상된다.

> 와인은 라이프스타 일을 업그레이드 시 켜주기때문인데,한 번 업그레이드된 라 이프스타일을 다운 그레이드 하기는 어 렵다"고 말했다.

지난7월에는AK

&홍대에 '퍼플독' 매장을 열었다. 디 지털 와인 스토어 컨셉으로 구독회원 들이 방문해서 와인 콘텐츠를 보고, 도 슨트를 듣고, 와인 아로마 키트로 향을 맡고, 테이스팅을 하는 등 와인의 오감 을 경험할 수 있는 공간이다.

박 대표의 목표는 3년 내 퍼플독 구 독자 5만명을 달성해 구독스타트업 최 초로 유니콘 기업이 되는 것이다. 현재 협업 중인 클라우드 IT 기업인 메가존 과 함께 AI 맞춤솔루션을 고도화 하고 있는 이유다. /신원선 기자 tree6834@



AK&홍대 퍼플독 내부.

/AK플라자

신세계프라퍼티 도심 주유소를 물류센터로 개발

코람코에너지리츠와 공동사업

신세계프라퍼티가 코람코에너지플 러스리츠(이하 '코람코에너지리츠')와 15일 공동사업협약을 체결, '모빌리티 -리테일 복합센터' 개발에 나선다.

코람코에너지리츠는 전국주요 거점 도시에 위치한 주유소 170곳과 부속상 업시설을 운영해 투자자에게 연 6%대 의 수익을 배당하는 코스피 상장 리츠

신세계프라퍼티는이번협약을통해 코람코에너지리츠가 보유하고 있는 주 유소를 물류와 상업시설이 한데 어우 러진, 새로운 도심 물류 거점으로 탈바 꿈시킬 계획이다.

사업협약에 따르면 신세계프라퍼티 는 스타필드 등 다년간의 대형유통시 설 개발 경험과 노하우를 바탕으로 개 발 콘셉트 기획, 사업성 검토부터 건축 설계, 시공과정의 공정관리까지 담당 하며 개발 사업 전반을 총괄한다.

'모빌리티-리테일 복합센터'는 지 역 거점 도심물류센터로, 도심 내 위치 해 보다 신속하고 정확한 당일 배송을 통해 '라스트 마일(제품이나 서비스가 소비자와 만나는 최종 단계. 신속한 배 송, 제품의 품질 유지, 고객 만족 등을 의미한다.)'을 가능케 하는 것은 물론, 주유소의 입지적 강점을 기반으로 모 빌리티 거점으로도 활용될 수 있다.

/신원선 기자