# "실패 두려워 말고 도전"…'변화·혁신·연결'한 목소리

#### 유통업계 신년 메시지

신동빈 롯데그룹 회장 역할 중심 성과주의 강조 정용진 신세계 부회장 디지털 피보팅 원년 선포 허연수 GS리테일 부회장 조직가치・업무방식 혁신 당부

유통업계 신년사 화두는 디지털과 도 전이었다. 3일 유통 대기업 수장들은 구 성원들의 도전과 시도를 격려하는 한 편, 온 오프라인 유통채널의 연결을 통 한 융합을 강조했다.

지난해 산업통상자원부의 매출 동향 발표에 따르면 이커머스 매출이 오프라 인 채널 매출을 추월했다. 오프라인 채 널이 4.6% 성장할 때 이커머스는 14.8% 성장세를 기록하는 등, 단순히 '오프라인 채널 강자로만 있어서는 안 된다'는 절박함이 신년사에 녹은 것으 로 보인다. 아울러 롯데·신세계·GS리 테일 모두 '데이터'를 중심으로 한 도전 과 실행을 모두 강조하면서 고객 한 명



신동빈 롯데그룹 회장



정용진 신세계 부회장



허연수 GS리테일 부회장

한 명에 개인화 된 정보 제공에 열을 올 릴 것이라는 전망이 나온다.

#### ◆신동빈 회장 '지난해 이어 올해도 성 과주의'

신동빈 롯데그룹 회장은 사내 홈페이 지를 통해 전한 신년사에서 지난해에 이어 올해에도 성과주의를 언급했다. 그는 "융합된 환경 속에서 연공서열. 성 별, 지연•학연과 관계 없이 최적의 인재 가 역량을 발휘할 수 있도록 철저한 성 과주의 문화가 정착되어야 한다"며 "다 양성은 우리의 경쟁력이며 도전하는 에 너지의 원천이 될 것"이라고 밝혔다.

HQ체제 개편에 대해서는 "의사결정 속도를 높여 조직의 실행력을 강화하기 위해서"라며 "역할 중심의 수평적인 조 직구조로 탈바꿈 해야만 변화에 민첩하 게 대응해나갈 수 있다"고 설명했다.

지난해를 이어 올해도 거듭 된 신 회 장의 '성과주의'와 '도전'은 올해 롯데 쇼핑의 대대적인 쇄신을 예언하고 있

신 회장은 지난해 11월 단행된 2022 년도 정기임원회의에서 자사 출신 인물 을 수장으로 지목하던 기존 관습을 깨 고 김상현 전 미국 P&G 부사장을 롯데 그룹 유통RNS 총괄대표 겸 롯데쇼핑 부회장으로 선임했다. 해외통인 김 부 회장은 신 회장으로부터 조직 문화 쇄 신 주문을 받은 것으로 알려져 있는데,

김 부회장이 실력을 쌓은 미국 P&G는 신입사원이 프로젝트를 맡아 진행하는 등 인력 운용에 능숙한 곳으로 알려져 있다.

### ◆정용진 부회장 '디지털로 피보팅하는

정용진 신세계 부회장은 임직원에게 "신세계 그룹이 디지털로 피보팅하는 원년"이라고 선포했다.

정부회장의신년사에서는신세계그 룹 온·오프라인 채널의 긴밀한 연결이 읽힌다. 그는 "신세계그룹의 모든 사업 의 이유는 고객의 시간과 공간을 함께 하는회사가되기위함"이라며 "온•오프 구분 없이 고객이 우리의 공간에서 더 많은 시간을 보내게 하는 것이 신세계 그룹의 유일한 명제이고 디지털 피보팅 의 진정한 목적"이라고 말했다.

정 부회장은 온 오프라인 모든 일상 을 신세계에서 해결 가능한 '신세계 유 니버스'를 말했다. 아울러 '데이터 기반 의 의사결정'을 언급하며 개인화 된 서 비스를 제공해야 함을 강조했다.

### ◆허연수 부회장 입에서 나온 '퀵커머 스 · 반려동물 · 데이터'

허연수 GS리테일 대표이사(부회장) 은 "진심을 담은 서비스와 공감의 디지 털 기술로 당신만의 더 나은 일상을 함 께 하겠다"고 약속하고, 임직원들에게 는 "GS리테일만의 새로운 조직가치(G S밸류)와일하는방식(GS웨이)을내재 화 해달라"고 당부했다.

이어 "온•오프라인 전 채널에서 수집 되는 빅데이터를 통합, 활용해 개인화 마케팅 역량을 강화하고, GS리테일의 채널 내에서 생애 주기 별로 새로운 고 객 경험을 끊임없이 제공해 가는 것이 가장 중요하다"고 강조했다.

허 부회장 역시 IT와 오프라인 유통 망의 긴밀한 연결을 언급했다. 그는 "신 선식품의 원물 확보, 저장, 가공, 배송 에 이르는 전 과정에 걸친 물류망 투자 를 확대해 GS리테일의 전략 상품인 1 차 상품의 신선 경쟁력을 더욱 강화하 고, 전사적 IT시스템의 최적화를 통해 디지털 물류망 구축 및 사업 효율화를 꾀할 것"이라고 설명했다.

허 부회장의 신년사에서는 '퀵커머 스' '반려동물' 등 주요 키워드도 등장 했다. /김서현기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 편의점 빵 트렌드 혁신… 분기 매출 '껑충껑충'

### GS25 브레디크 출시 1주년

전체 빵 카테고리 매출 31% 차지 1주년 기념 스탬프 증정 이벤트

GS25는 프리미엄 베이커리 '브레디 크(BREADIQUE)'가 출시 1주년 만에 전체 빵카테고리 매출 구성비의 31.5% 를 차지하게 됐다고 4일 밝혔다.

GS25는 지난해 편의점에서도 전문 점 수준의 빵을 손쉽게 즐길 수 있도록 프리미엄 베이커리 '브레디크'를 선보 였다.

GS25는지난 1년 간 브레디크 3종 출 시를 시작으로 현재 상온 빵 27종과 냉 장빵 26종 등총 53종을 출시했다. 지난 4월에는 '브레이브걸스'를 브레디크 공 식 모델로 본격적인 홍보에 나섰다.



고객이 GS25 프리미엄 베이커리 '브레디크' 상품을 고르고 있다.

그 결과 브레디크 매출 구성비는 전 체 빵 카테고리에서 1분기 14.8%, 2분 기 20.9%, 3분기 26.8%, 4분기 31.5% 로 매 분기 꾸준히 증가세를 기록했다. 12월 기준 누적 1400만 개에 이르는 판 매고도 달성했다.

GS25는 2022년도 베스트 상품 리뉴 급할 예정이다.

얼, 대표 상품 발굴, 전문점 인기 카테고 리 강화, 패키지 변경 등 프리미엄화 및 차별화 전략에 더욱 집중한다는 방침이 다.

한편GS25는 브레디크 1주년을 맞아 프리미엄 상품 출시 및 파격 행사를 진 행한다.

1주년 스페셜 에디션 '버터쿠키샌드' 를 13일 점포 출시해 시즌상품으로 선보 인다. 아울러 31일까지 브레디크 구매 고객 대상 스탬프 증정 이벤트를 진행한 다. 1주차애플3종세트5명, 2주차나 이키 권도1화이트 20명, 3주차 마샬 A cton2 스피커+카페25 365잔 쿠폰 10 명, 4주차 2022년 카타르월드컵 대한민 국 경기관람권+여행권 2인 1명 등 매주 추첨을 통해 5천만 원 상당의 경품이 지 /김서현 기자



전자랜드가 31일까지 '2022 전자랜드 IT 아카데미 어워즈'를 연다.

### 전자랜드, 'IT 아카데미 어워즈' 개최

무이자 할부・캐시백 등 다양한 혜택

전자랜드가 31일까지 한 달간 IT가 전을 여러 가지 혜택과 함께 판매하는 '2022 전자랜드 IT 아카데미 어워즈'를 실시한다고 4일 밝혔다.

전자랜드는행사기간노트북과전자 랜드의 조립 PC인 순정PC를 삼성제휴 카드 또는 스페셜 롯데카드로 구매한 모든 고객에게 최대 36개월의 장기 무 이자 혜택을 제공한다.

150만원 이상의 노트북 구매 시 선착 순300명에게 실시간 온라인 PT 서비스 이용권과 모바일 신세계 상품권을 증정 하는 이벤트도 진행한다.

캐시백 이벤트도 한다. 삼성전자와 LG전자의 2022년 노트북 신모델 및 인 기모델을 삼성카드로 결제하면 10만원 의 추가 캐시백을 증정한다. 추가로 100만원 이상의 순정PC를 삼성카드로 결제하면 금액대별 최대 17만원의 캐시 백을 지급한다. /김서현 기자

### 홈플러스

### "1억 마일리지 받아가세요"

홈플러스가 2022년 새해를 맞아 오는 19일까지 '소망기원 1억 나누기' 이벤 트를 진행한다.

이번 행사는 코로나19극복을 기원하 고 고객들의 희망찬 새해를 응원하기 위해 마련했다. 응모를 위해서는 홈플 러스 온라인이나 모바일 앱에 접속해 마트직송 상품 구매 후 '해외여행', '건 강하자', '주가상승', '로또당첨', '연애 하자', '합격기원'의 6개 중 올해 원하는 소원 1개를 선택하면 된다. 가장 선택수 가 높은 '1등 소원' 고객 모두에게는 총 1억의 마일리지를 나눠 지급한다.

'소망기원 1억 나누기' 참여 고객 중 추첨을 통해 상품 99% 할인 쿠폰도 증 정한다. /김서현 기자

## 신세계푸드 '숏로인 스테이크' 간편식 3종 출시

12일 신세계TV 쇼핑서 판매

신세계푸드가 홈파티족 증가에 따라 함께 인기를 끌고 있는 스테이크 간편 식을 선보인다.

4일 신세계푸드에 따르면 지난해 10 월 홈파티용으로 선보인 '티본 스테이 크', '엘본 스테이크' 등 스테이크 간편 키트 2종의 11월~12월 판매량은 월 평 균 35% 증가한 것으로 나타났다. 특히 12월 판매량은 11월 대비 72% 늘며 2배 이상 신장세를 보였다.

이러한판매량증가는코로나19재확 산으로 사회적 거리두기가 강화되면서 홈파티 메뉴로 스테이크 간편 키트를 찾는 소비자가 늘어났기 때문으로 신세

계푸드 측은 분석했다.

스테이크 간편 키트의 인기를 이어가 기 위해 신세계푸드는 '엘본 스테이크, '티본 스테이크', '포터하우스 스테이 크' 등 '숏로인 스테이크' 3종을 새롭게 출시했다.

'숏로인 스테이크' 3종은 '백악관 소 고기'로 유명한 '그레이터 오마하' 초이 스 등급 소고기의 숏로인에서 잘라낸 스테이크로 안심, 채끝 등을 부위별로 즐길 수 있으며 집에서 조리하기에 최 적인 1.4~2.3㎝ 두께로 소포장한 것이 특징이다.

'숏로인 스테이크' 3종은 오는 12일 신 세계TV쇼핑을 통해 선보인다.

/신원선 기자 tree6834@

### 삼양식품

### "바다 담은 짬뽕 맛보세요"

짬뽕라면 '바담뽕' 출시

삼양식품은 신제품 '바담뽕'(바다를 담은 짬뽕·사진)을 출시했다고 4일 밝 혔다.

바담뽕은 바다를 그대로 담은 듯 해 물의 풍미가 가득한 짬뽕 라면 제품으 로, 오징어와 새우 등을 넣어 깊고 진하 면서도 칼칼한 국물 맛이 특징이다.

면 반죽에는 해물 베이스와 감자 전분 을활용해 감칠맛과 쫄깃함을 더했고, 일 반 라면보다 두꺼운 면을 적용해 탄력 있



는 짬뽕 면의 식 감을 구현했다.

후레이크스프 에는 오징어, 홍 게, 미역, 다시마

등 해물과 함께 양배추, 청경채, 당근 등 야채를 풍성하게 넣어 씹는 맛을 살 렸다. 또한 조미유를 첨가하여 짬뽕의 불향을 느낄 수 있도록 구성했다.

삼양식품은 이번 빨간 국물 짬뽕 라 면인 '바담뽕'을 출시로 기존의 국물없 이 볶아 먹는 '간짬뽕'과 하얀 국물인 '나가사끼짬뽕' 등의 제품 라인업을 갖 춰 짬뽕라면 시장에서 점유율과 입지를 강화해 나갈 방침이다.