

휴게소·야구장 등 푸드코트 활기... 컨세션 사업 확장 속도

〈식음료 위탁 운영업〉

CJ프레시웨이 시설 서비스 개편
2분기 매출 13% 증가한 544억

풀무원 전국에 23개 휴게소 운영
매출 2045억, 전년비 22% 늘어

인천공항 식음사업권 입찰 나서
롯데GRS·아워홈·풀무원 등 참여



컬리너리스퀘어 바이 아워홈.

/아워홈

지난해 리오프닝과 맞물려 식음료 위탁 운영업인 컨세션 사업이 정상화되면서 단체급식·식자재 기업들이 관련 사업을 확대하고 있다.

컨세션 사업이란 고속도로 휴게소나 다중 이용 시설에서 다수의 식음료 브랜드를 유치해 운영 및 관리하는 것을 말한다. 팬데믹 기간 매출이 크게 위축됐지만, 휴가철 여행·캠핑족 등 주요 거점인 유동인구가 늘면서 상반기 괄목적인 성과를 냈다.

실제로 CJ프레시웨이의 2분기 실적을 살펴보면, 레저 및 컨세션 사업에서만 지난해 동기 대비 13.1% 상승한 544억원의 매출을 올렸다. 전체 단체급식 사업 매출액의 30%에 조금 못미치는 수준이다.

CJ프레시웨이는 야구장과 테마파크,

크, 리조트 등 전국 컨세션 시설 서비스를 개편해 소비자 만족도를 높였다. 전 기차 운전자가 증가한 것에 착안해 휴게소 내 전기차 충전 설비를 확충했고, 워터파크와 야구장 내 편의 시설을 늘렸다.

풀무원도 고속도로 휴게소 사업에 힘입어 2분기 컨세션 사업 매출이 2045억원을 기록했다. 지난해 같은 기간 1683억원보다 21.5% 늘었다.

현재 풀무원은 경기 시흥하늘휴게소(양방향), 별내휴게소 등 전국에 23개의 휴게소를 운영하고 있다. 휴게소 최초로 드라이브 스루 커피전문점과 로봇 바리스타를 활용한 무인 커피 전문

점을 운영해 인건비를 줄여 수익성을 개선했다.

업계 관계자는 "컨세션 사업은 지리적 특성상 유동인구가 많은 특수상권 사업으로 안정적인 수익창출이 가능하다는 장점이 있다"며 "또한 계열사 브랜드를 입점시켜 출점을 늘릴 수도 있다"고 말했다.

이러한 가운데 인천국제공항 식음료 사업권 입찰에도 여러 업체가 관심을 보이고 있다. 여행객이 증가하고 공항 영업환경이 정상화된만큼 입찰 경쟁은 치열할 것으로 보인다.

12일 업계에 따르면 인천국제공항공사 '제1여객터미널(T1)·제2여객터미

널(T2) 식음 복합 사업권 운영사업' 입찰 공고를 냈다. T1·T2 36개 매장 약 4500평 규모를 3개 사업권으로 나눠 발표했다. 다음달 24일까지 입찰 참가 신청을 받으며 사업자는 11월 초에 선정된다. 선정되면 2024년부터 2029년까지 사업을 맡게 된다.

이 사업에는 롯데GRS, 아워홈, 풀무원 등 주요 F&B기업이 참여할 것으로 알려졌다. 이번 입찰에는 기존 사업자 외에도 많은 회사들이 관심을 보인 것으로 전해졌다. 다만, CJ푸드빌은 이번 공항 사업권 입찰에는 참여하지 않기로 결정했다.

이들 업체 가운데 특히 상반기 매출이 지난해 동기 대비 약 57% 증가한 롯데GRS는 컨세션 사업 확대에 적극적인 모습이다. 오는 2027년 개장 예정인 중부고속도로 하남 드림휴게소 환승형 복합휴게 시설 컨소시엄에도 참여한 바 있다.

아워홈은 지난 8일 IFC몰 지하 3층에 프리미엄 푸드홀 브랜드 '컬리너리스퀘어 바이 아워홈'을 론칭했으며 컨세션 사업 부문 경쟁력을 강화해 F&B 시장 선도기업으로 자리매김하겠다는 의지를 드러냈다.

/신선선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



풀무원 출출박스 로봇셰프 론칭

풀무원이 스마트 무인 즉석조리 자판기 '출출박스 로봇셰프'를 론칭하며 무인 판매 플랫폼 사업을 다각화한다고 12일 밝혔다.

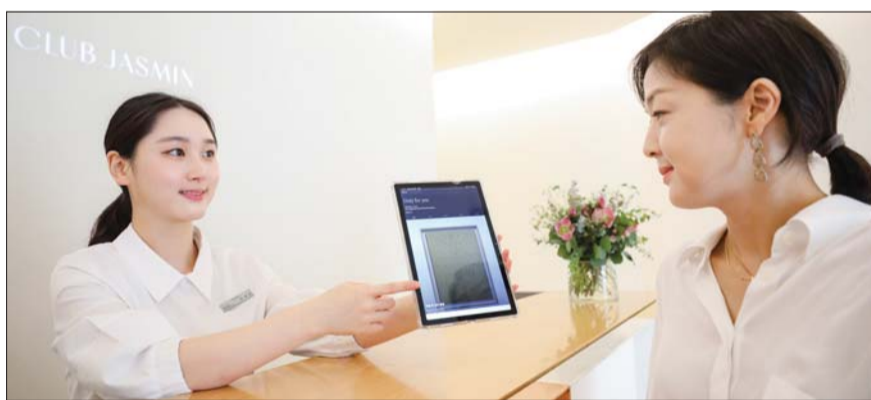
풀무원은 이번 '출출박스 로봇셰프' 론칭을 통해 무인 판매 제품 포트폴리오를 기존에 있던 '출출박스'의 상온·냉장·냉동 간편식에서 이어 국물이 있는 면밥 요리를 즉석에서 조리하는 '원볼밀(One Bowl Meal)' 제품까지 확대하고 무인 판매 플랫폼 사업 다각화에 나선다.

'출출박스 로봇셰프'는 냉동 상태의 요리 제품을 주문 즉시 로봇이 조리하여 약 90초만에 완성하는 스마트 기기다. 기기 규격은 높이 1.9m 폭 1.0m로, 영상을 송출하는 27인치 스크린, 터치로 동작되는 15.6인치 메뉴 선택 화면, 제품이 완성되면 자동으로 개폐되는 조리 챔버, 수저함 등으로 구성됐다.

/신선선 기자

현대백, VIP고객 전용 온라인몰 'RSVP' 오픈

'더현대닷컴'서 VIP만 입장 가능
330여개 브랜드 특화상품 마련
음악·미술 등 하이엔드 상품 구성



현대백화점 직원이 고객에게 VIP 고객 전용 폐쇄형 온라인몰 'RSVP'를 소개하고 있는 모습. /현대백화점

현대백화점이 업계 최초로 VIP 고객만을 위한 특별한 온라인몰을 선보인다. VIP 전용 단독 상품, 프리미엄 컨시어지 서비스 등 차별화된 혜택을 통해 온라인에서도 오프라인 백화점에서 제공받는 VIP 서비스를 경험할 수 있다.

현대백화점은 공식 온라인몰 '더현대닷컴'에 VIP 고객만 입장이 가능한 폐쇄형 온라인몰 'RSVP'를 공식 오픈한다고 12일 밝혔다.

'RSVP'는 프랑스어로 'Repondez S'il Vous Plait(초대에 대한 답변을 부탁드립니다)'의 약자로, 현대백화점이 우수고객을 위해 마련한 특별한 공간에 초대한다는 의미를 담고 있다. RSVP는 현대백화점 VIP 멤버십(자스민·

세이지·그린·클럽YP) 고객이 더현대닷컴에 회원가입 후 더현대닷컴 앱 또는 홈페이지에 접속하면 RSVP 전용 화면으로 자동 연결된다.

먼저, VIP 고객에만 단독으로 노출되는 330여개 브랜드의 'VIP 전용 특화 상품'을 선보인다. 특히 고객군을 세분화해 추천 브랜드와 노출 상품을 다르게 제안하는 등 고객군별 선별된

상품을 큐레이션해 선보인다.

현대백화점은 RSVP에서만 단독으로 만나볼 수 있는 음악, 미술, 리빙 등 각 카테고리별 하이엔드급 상품을 구성했다.

대표 단독 상품으로는 세계 3대 하이엔드 오디오 제조사 '포칼'의 그랜드 유토피아 스피커, 세계적인 피아노 제조사 '스타인웨이앤스' 그랜드 피아노,

세계적인 피규어 브랜드 '베어브릭' 한정판 피규어 컬렉션, 세계 3대 지구본 제조사 '조폴리' 지구본 등이 있다.

또한, 여행·문화체험 등 콘텐츠를 결합한 80여개 브랜드의 온·오프라인 연계 프리미엄 상품도 선보인다. 1억원 이상 고가의 블루칩 작품에 대한 도슨트 투어를 진행해 작품에 대한 이해를 돕거나, 하이엔드 오디오 상품 청음 프로그램 등 기존에 상품 나열식 온라인몰이 아닌 고객들에게 경험의 영역까지 확대한 특별한 쇼핑 경험을 선사한다는 구상이다.

현대백화점은 RSVP를 통해 시공간적 제약으로 기존 백화점 매장에서는 만나볼 수 없었던 요트, 고급 이동형 주택 '캐빈' 등 럭셔리 라이프스타일 콘텐츠 관련 상품도 함께 제안한다. 블루칩 예술 컬렉션으로는 세계 미술시장을 선도하고 있는 거장들의 원화 작품도 선보인다.

/최빛나 기자 vitna@

티몬 '황금년 동행축제' 24개 소상공인 집중지원

티몬이 '2023 황금년 동행축제'를 기념하는 특가 라이브방송 릴레이를 9월 내내 이어가며 소상공인 지원에 나선다고 12일 밝혔다.

티몬은 지난달 30일부터 9월 27일까지 중소벤처기업부가 주최, 중소기업유통센터가 주관하는 황금년 동행축제 기념 특별 라이브방송을 펼치며 24개사의 소상공인을 위한 집중 지원사격에 나선다. 라이브커머스 제작 및 운영 전반에 대한 지원은 물론 특별 기획관, 라이브방송 전용 마케팅, 노출광고 등을 맞춤형으로 연계해 소상공인들의 판매 활성화를 돕는다.

/최빛나 기자

홈플러스 음성군·음성농협과 MOU

홈플러스는 12일 홈플러스본사에서 음성군청, 음성농협협동조합과 함께 농산물 유통 활성화 및 농업인 소득 향상을 위한 업무 협약을 진행했다고 밝혔다. 이번 협약은 홈플러스의 음성군 농산물 판매 활성화를 통해 음성군, 음성농협과 홈플러스의 공동 발전을 목표로 체결됐다.

음성군청은 농산물 유통 활성화 자금 및 행정지원을 펼치고, 음성농협은 고품질 농산물 생산을 위한 지도지원과 적기 공급을, 홈플러스는 음성군 농산물의 적극 판매와 농가 소득 증대 기여를 위한 노력 등이 주요 내용으로 담겨 있다.

/최빛나 기자

SSG닷컴, 지난달 음향·모바일 매출 255% ↑ CU, PB '득템 시리즈' 누적판매 2000만개

블루투스 스피커 매출 특히 높아

SSG닷컴은 지난 8월 한 달간 음향, 모바일 카테고리 상품 매출이 255% 신장했다고 12일 밝혔다.

인테리어 소품으로도 활용할 수 있는 블루투스 스피커 매출이 특히 높았다. 돔 스타일 디자인에 물결 문양의 엠베인트 라이트가 돋보이는 '하만카돈' 오라 스튜디오 시리즈 등이 매출 상위에 올랐다.

글라스와 커튼리 등 중심으로 신세계백화점 리빙 상품 매출도 82% 늘었다. 크리스털 소재에 다이아몬드 패턴으로 추석 상차림 인증 사진에 분위기를 더할 수 있는 '빌레로이앤보흐' 고블렛잔, 달을 형상화한 디자인에 유기 소재로 눈길을 끄는 '놏담' 방짜유기 달수저 등의 판매량이 높았다.

문구나 모양에 의미를 담을 수 있는 데다 실속도 갖춘 '골드바' 매출은 61% 올랐다.

/최빛나 기자

햇바 730만개, 라면 420만개 판매

고물가 시대, 편의점의 초저가 PB(자체 브랜드)가 대세로 떠오르고 있다.

CU가 지난 2021년 업계 최초로 선보인 초저가 PB인 'HEYROO 득템 시리즈(이하 득템 시리즈)'가 알뜰 소비 트렌드를 이끌며 이달 누적 판매량 2000만 개를 돌파했다고 12일 밝혔다. CU 득템 시리즈는 김치, 라면, 계

란, 티슈, 피자, 시리얼, 닭가슴살 등 고객들의 니즈에 맞춰 구매 수요가 높은 30여 종에 이르는 품목들을 일반 상품의 절반 수준 가격으로 판매 중이다.

득템 시리즈의 상품별 판매량을 보면, 햇바 득템(3종, 2300원) 730만개, 라면 득템(5입, 1900원) 420만개, 쌀밥 득템(6입, 7200원) 310만개, 티슈 득템(800원) 120만개, 계란 득템(15입, 4900원) 90만개 순으로 높은 판매량을 보였다.

/최빛나 기자