

사전물량 확보하고 유통단계 줄이고... 밥상물가 진화 전략

대형마트 4사 '고물가 잡기'

'월급 빼고 다 올랐어요.' 고물가가 여러 달째 이어지고 있는 가운데 외식물가뿐 아니라 밥상물가가 지가파르게 치솟고 있다. 이상기온, 유가 상승 등으로 농축수산물 대부분의 생산자물가가 상승했기 때문이다. 실제 소비자물가는 전년 대비 약 2.6% 증가할 것으로 전망되면서 국내 유통업체가 진화에 나섰다.



롯데마트·롯데슈퍼는 이달 24일부터 다음달 6일까지 '고랭지 절임배추 사전예약 판매'를 진행한다. /롯데마트



이마트는 후레쉬센터를 운영해 신선식품의 출하 시기를 적절히 조절하는 등 물가안정에 힘쓰고 있다. /이마트

홈플러스, 이마트, 롯데마트, 하나로마트 등 국내 대형마트4사가 물가안정을 위해 힘쓰고 있다.

4일 유통업체에 따르면 대형마트4사는 물가안정을 위해 사전물량 확보, 대량매입, 유통단계 축소, 계열사 통합발주 등 다양한 전략을 내세웠다.

이마트는 자체 농산물 가공센터인 '후레쉬센터'를 운영하고 있다. 후레쉬센터는 4만6535㎡에 이르는 냉장·냉동 시설로, 이마트가 대량으로 직매입한 농수산물을 장·단기간 저장해두며 상품의 선도를 유지하는 곳이다. 이는 출하 시기와 물량까지 조절할 수 있어 큰 변동 없는 가격을 유지시킨다.

롯데쇼핑은 2022년부터 상품 기획에서부터 롯데마트와 슈퍼를 통합소싱하

- 이마트 '후레쉬센터' 운영**
- 직매입 농수산물 저장, 신선도 유지**
- 롯데쇼핑 마트·슈퍼 통합소싱**
- 중복업무 비용 줄이고 비효율 개선**
- 홈플러스 '못난이 농산물' 할인**
- 사과 시작으로 4종으로 확대기로**
- 하나로마트 안성센터에 물량확보**
- '살맛나게' 행사로 체감물가 낮춰**

는 작업을 시작했다. 중복 업무에 따른 비용을 줄이고 상품 코드를 통합해 발주, 상품 관리 등을 함께 하며 비효율을 개선했다.

대표적으로 절임배추의 경우 지난해 초 기획 단계에서부터 사전에 배추 농가와 대량 계약을 시행해 약 550톤의 절임배추를 공동으로 준비했다. 김장철에 판매량이 늘어나는 수육용 돼지고기도 통합소싱해 돼지 농가로부터 수육용 뒷다릿살을 100톤 이상 대량 매입했다. 그 결과 소비자들은 전년 대비 반값이상 할인된 금액으로 상품을 구매할 수 있었고, 해당 제품 매출이 전년 대비 10배 이상 증가했다.

홈플러스는 2022년부터 못생긴 농산물 살리기의 취지로 '못난이' 농산물 할인 행사를 이어오고 있다. 장바구니 물가 부담을 낮추고 판로 확보에 어려움을 겪는 농가를 돕기 위함이다.

맛난이 농산물은 모양과 크기가 유통 규격에서 등급 외로 분류되지만 신선도와 맛 등 품질에는 이상이 없는 상품이다. 맛난이 농산물은 가격이 일반 상품보다 20~30% 저렴하다. 홈플러스는 이 맛난이 농산물을 사과에서 시작해 프리미엄 품목까지 4종으로 확대할 계획이다.

홈플러스는 수요가 특히 늘어나는 설, 추석 등 대목에 필요한 물량에 대한 과거 데이터와 최신 트렌드를 기반으로 파종 단계부터 사전 물량을 예측해 확보하고 있다.

하나로마트는 사전 물량확보로 안성센터를 활용해 출하조절 기능을 강화했다. 사과, 무, 양파 등 공급과 출하가 불안정한 상품들이 해당된다. 이는 농가와 소

비자, 기업이 상생하기 위한 전략이다.

농협은 산지 물량 확보를 위해 사전 기획, 현장 상태점검, 가격동향 조사 등을 거쳐 최종 물량을 확보하고 시세 대비 가격을 낮춰 소비자들에게 선보인다.

업체에서는 '살맛나게' 특관 행사, 농협 자체 할인, 카드 할인 등을 1년 내내 지속해서 운영하며 체감 물가를 낮추기 위해 노력하고 있다.

이처럼 대형마트 4사가 민심달래기에 심혈을 기울이고 있지만 각 사의 매출은 감소세를 보이고 있다.

지난달 27일 산업통상자원부가 발표한 '2024년 1월 주요 유통업체 매출 동향'에 따르면 대형마트의 오프라인 매출은 전년 대비 8.3% 하락했다. 부동의 1위 이마트도 지난해 창사 이래 첫 적자를 기록했다.

이에 올해 대형마트는 앞선 전략을 앞장세워 매출 반등을 꾀하겠다는 방침이다.

대형마트 한 관계자는 "소비자 물가를 잡기 위한 전략이지만 들여다 보면 유통 구조 개선이라는 큰 뜻이 내포돼 있다. 유통 과정을 전면 개선해 소비자 물가뿐만 아니라 기업의 경쟁력, 차별화 강화에도 집중할 계획"이라고 말했다. /최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

한화푸드테크, 김동선 주도 '스텔라피자' 인수

(부사장)

미국의 '로봇 피자 브랜드' 12인치 피자 1분에 한판 끝 완성

푸드테크 전문기업 한화푸드테크가 미국 로봇 피자 브랜드 스텔라피자(Stellar Pizza)를 인수한다. 한화푸드테크는 향후 다양한 식품 콘텐츠와 차별화된 기술력을 바탕으로 시장을 적극 공략해 푸드테크 산업을 선도한다는 방침이다. 이를 위해 한화로보틱스와도 적극 협업할 계획이다.

앞서 1월 한화푸드테크와 스텔라피자를 운영하는 ㈜서브오토메이션은 자산 양도를 골자로 한 업무협약(MOU)을 체결하고, 지난달 29일 모든 계약 절차를 마쳤다고 4일 밝혔다. 이번 인수는 한화푸드테크의 미국 법인인 ㈜한화푸드테크글로벌이 진행했다.

서브오토메이션은 일론 머스크가 수장으로 있는 세계적인 우주항공기업

'스페이스X' 출신 엔지니어들이 2019년 설립했다. 창업자는 스페이스X에서 로켓과 위성용 배터리 시스템을 연구 개발한 벤슨 차이다.

이번 계약 체결은 글로벌 푸드테크 시장 선점에 주력하고 있는 김동선 부사장이 직접 미국 현지를 여러 번 오가며 공을 들인 끝에 성사됐다.

한화푸드테크는 자산 100% 인수와 함께 CEO인 벤슨 차이를 포함한 경영진과 핵심 기술진 일부를 고용 승계할 방침이다. 이를 통해 스텔라피자는 물론 식품산업의 첨단화를 목표로 삼은 한화푸드테크의 기술 역량도 한층 높아질 것으로 기대된다.

스텔라피자는 피자 로봇 시장에서 세계 최고 수준의 기술력을 보유하고 있다. 12인치 크기의 피자를 만드는 데 필요한 시간은 5분 남짓이다. 여러 건의 주문을 연달아 수행할 수 있기 때문에

조리가 시작되면 1분에 한 판 피자 생산이 완료된다.

48시간 저온 숙성한 피자 반죽을 로봇이 조리하는 방식으로 전 공정을 완전 자동화한 피자 브랜드는 스텔라피자가 유일하다.

스텔라피자는 시스템 재정비 등 경영 효율화 작업을 마치는 대로 영업을 재개할 계획이다. 스텔라피자를 창업한 벤슨 차이는 "한화와의 협력을 통해 스텔라피자가 한 걸음 더 나아갈 수 있게 됐다"면서 "식품산업에 대한 한화의 노하우와 푸드테크가 더해져 높은 품질의 피자를 부담 없는 가격에 고객에게 제공할 수 있을 것"이라고 말했다.

/최빛나 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

롯데칠성, 밀키스 모델에 보이그룹 '투어스'

신규광고 제작·공개

롯데칠성음료가 대표 유성탄산음료 '밀키스'의 광고 모델로 가수 'TWS(투어스)'를 발탁하고 신규 광고를 공개했다.

롯데칠성음료는 '기분 좋은 만남에 밀키스'라는 콘셉트로 밀키스의 부드러움이 필요한 이유를 소비자에게 전달하고자 광고를 제작했다. 광고는 부드러운 우유 풍미와 탄산의 청량함으로 사람 사이를 기분 좋게 이어주는 밀키스만의 특성을 묘사했다.

신규 광고는 TWS가 등장해 '우리 어떻게 친해졌더라?'라는 질문을 던지고

음악, 게임, 운동이 아닌 '우리 밀키스로 통했으니까'라는 문구와 함께 밀키스를 건넨다. 밀키스라는 공통 관심사를 통해 부드럽게 형성되는 친밀감을 표현한 것이다.

롯데칠성음료는 앞서 지난달 19일 밀키스 릴레이 댄스 영상을 공개했으며, 해당 영상은 공개 1주만에 유튜브 조회 수 약 120만회를 기록하며 소비자들의 관심을 모았다.

한편, 밀키스는 '밀키스 제로' 출시 및 수출 확대를 제2의 전성기를 맞으며 연 매출 1200억원이 넘는 메가 브랜드로 성장했다. /신원식 기자 tree6834@

세정, 김송우·이주형 대표이사 신규 선임

창립 50주년... 100년기업 새도약

올해 창립 50주년을 맞은 패션기업 ㈜세정이 김송우·이주형 상무를 신입 대표이사로 신규 선임하고, 100년 기업을 향한 새로운 도약을 시작한다.

세정은 10년 이상 근무하며 세정을 이끌어온 검증된 내부 인사인 전략기획실장 김송우 상무, 재무관리실장 이주형 상무를 2인 각자 대표이사로 선임했다.

김송우 선임 대표이사는 2012년 세정 전략기획실에 합류해 전략기획실장을 맡고 있으며, 지난해부터 브랜드기획실 담당 임원과 ㈜세정I&C 대표이사까지 겸직 중이다.

글로벌 경영컨설팅 회사와 글로벌 기업 마케팅전략팀 등에서 다양한 경험과 역량을 쌓은 전략가로 세정에 합류한 이후, 지난 12년간 주요 브랜드의 경영·마케팅 전략 수립과 사업구조 개편 등에 힘써왔다.

이주형 선임 대표이사는 2001년 신입 사원으로 입사해 대표이사 자리까지 오른 최초의 인물이 됐다. 지난 2020년부터는 재무관리실장으로서 세정의 재무·회계를 총괄하는 중이다.

이 대표이사는 세정 회계팀 사원으로 시작해 회계팀장, 재무관리실장을 역임하며 23년 동안 재무 관리를 책임져 사내 최고의 '살림꾼'으로 통한다. 특히 부실하거나 성장가능성이 낮은 사업부 및 관계사를 효율적으로 정리하는 등 재무 구조를 건실하게 만들어 현재 세정의 부채비율을 50%로 유지하는 성과를 내고 있다. /최빛나 기자

신세계免税 명동점에 '유이크' 단독입점

국내 첫 정식 매장 오픈

신세계면세점이 명동점에 마이크로바이옴 화장품 브랜드 '유이크(UIQ)'를 단독 입점시켰다고 4일 밝혔다. 유이크가 국내에 정식으로 오프라인 매장을 연 것은 신세계면세점 명동점이 처음이다.

글로벌 신약개발 전문기업 지놈앤컴퍼니가 지난 2021년 론칭한 유이크는 온라인 채널을 통해 미국, 일본, 중국 등 10개국에 진출해 인기를 끌고 있는 K뷰티 브랜드다. 온라인 입소문을 타면서 오프라인 고객 수요도 높아져 신세계면세점 명동점에 입점했다.

양 사가 손잡은 배경엔 명동점만이 갖춘 특장점이 있다. 명동점은 관광객들 사이에서는 'K뷰티 성지'로 불릴 만



서울 중구 신세계면세점 명동점 10층에 위치한 유이크 매장 전경. /신세계면세점

큼 다양한 K뷰티 브랜드를 운영하고 있다. 또한, 체험형 팝업 매장 등을 운영할 수 있는 '아이코닉 존'은 명동점만의 차별화된 공간으로 알려져 있다. K뷰티 브랜드에게 명동점은 오프라인 채널 확보는 물론 상품과 브랜드 인지도까지 높일 수 있는 최적의 장소인 것. /최빛나 기자