

이마트-에브리데이 합친다... 원가 경쟁력 등 시너지 극대화

‘통합 이마트’ 출범... 고객 혜택 ↑
올해 조직 정비 등 기반 다질 것
“지속가능 수익·성장성 확보 전략”

이마트가 이마트에브리데이와 합병해 수익성을 개선하고 고객 혜택을 증대하는 시너지 창출에 나선다.

이마트는 16일 두 회사가 각각 이사회를 열고 양사의 합병을 결의했다고 밝혔다. 합병계약일은 4월 30일이며 관련 공고 이후 주주·채권자의견 청취 등을 거친다. 예정 합병 기일은 6월 30일이고 7월 1일 등기를 마치면 통합 이마트 법인이 출범한다.

이번 합병은 지난해 9월 한채양이마트 대표가 양사 대표를 겸임한 이후 추진해왔던 통합 시너지 창출을 크게 확대하기 위해서다.

통합 이마트는 매입 규모를 확대해 원가 경쟁력을 높일 수 있다. 협력업체들은 상품 판로와 공급량이 늘어나게 될 뿐더러 이마트와 협력사 모두 소비 트렌드를 반영한 새로운 상품을 개발해 제공할 여력도 커진다. 가격과 품질 모두에서 상품 경쟁력이 강화되는 것이다.

이마트와 이마트에브리데이는 지난 2월부터 먹거리와 일상용품 등 필



한채양 이마트 대표. /이마트

수 상품을 분기마다 초저가로 제공하는 ‘가격역주행’ 기획상품 일부를 함께 판매 중이다. 이마트의 시그니처 상품 중 하나인 ‘이맛쌀’ 등이 포함됐다.

이처럼 공급업체의 판로는 넓어지고 매장을 찾는 고객의 선택지 역시 커지는 ‘윈-윈’이 통합 이마트에서 한층 배가될 수 있다. 또한 대형마트와 SSM(기업형 슈퍼마켓) 점포를 교차 이용하는 고객을 위한 통합 마케팅도 점차 늘어날 것으로 보인다.

통합 물류를 통한 운영 효율화도 기대할 수 있다. 기존 두 회사가 보유한 물류센터를 함께 활용하면 보다 신속하게 상품을 공급할 수 있고, 비슷한 지역 안에 있는 물류 센터를 통합해 효율성을 높일 수도 있다.

한편 양사 간 합병은 이마트가 이마트에브리데이를 흡수 합병하는 방식으로 이뤄진다. 이마트는 이마트에브리데이의 지분 99.3%를 보유한 최대주주다. 관련 법률에 따라 주주총회를 이사회로 갈음하는 소규모합병으로 절차는 진행된다.

이마트는 소멸법인이 되는 이마트에브리데이의 소유주에게는 적정 가치로 산정된 합병교부금을 지급할 예정이다. 별도의 신주발행은 없다.

통합 이마트는 올해 통합 매입을 위한 조직 정비 등 기반을 다진다. 이를 바탕으로 2025년부터 본격적인 통합 시너지 창출에 나설 계획이다.

한채양 이마트 대표는 “양사의 통합은 격변하는 시장 환경 속에서 지속가능한 수익성과 성장성을 확보할 수 있는 전략”이라며 “협력업체에게도 이득이 되고 궁극적으로 고객 혜택을 극대화하는 ‘모두를 위한 통합’을 실현할 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

에이피알, 인기 캐릭터로 MZ소비자 공략

부스터프로 × 잔망루피 출시

글로벌 뷰티테크 기업 에이피알이 인기 캐릭터와 협업해 MZ소비자 공략에 적극 나선다.

에이피알은 자사 브랜드 메디큐브 에이지알에서 ‘부스터프로×잔망루피 핑크 에디션’ 한정판을 출시했다고 16일 밝혔다.

이번 한정판은 에이피알 대표 뷰티 디바이스 ‘부스터프로’에 잔망루피 특유의 귀여움을 더한 것이다. 에이피알은 고급스러움과 세련됨을 강조한 기존 제품을 차별화했다고 설명한다.

실제로 한정판 포장 상자는 핑크색으로, 잔망루피가 부스터프로를 들고 환하게 웃고 있다. ‘부스터프로’ 본체 또한 잔망루피 대표색인 핑크색이다.

이와 함께 ‘부스터프로’ 본체에 잔망



‘부스터프로×잔망루피 핑크 에디션’. /에이피알

루피 얼굴을 본뜬 헤드뚜껑이 적용됐다. 실리콘 재질로 제작한 잔망루피 헤드뚜껑은 외부 충격이나 스크래치로부터 본체 헤드부분을 보호하는 기능을 갖췄다.

에이피알은 향후에도 다양한 마케팅 활동으로 브랜드 소장 가치를 높여갈 방침이다.

/이청하 기자 mlee236@

LG생활건강, 70% 할인전 ‘엘지력키페스타’

그룹 창립 77주년 기념 할인
화장품·생활용품·음료 등 행사

LG생활건강이 LG그룹 창립 77주년을 기념하고 차별적 고객 가치를 선보이기 위한 행사를 마련했다.

LG생활건강은 오는 21일까지 네이버쇼핑 내 LG생활건강 브랜드 스토어에서 ‘엘지력키페스타’를 진행한다

‘레드 위크’로 불렸던 이 행사는 올해 LG그룹 창립 77주년을 맞아 ‘엘지력키페스타’로 명칭을 변경했다. ‘력키’는 LG 역사의 시작을 알리는 상호임과 동시에 행운이란 의미를 담고 있다.

LG생활건강은 ‘엘지력키페스타’를 통해 화장품, 생활용품, 음료 등 다양한 제품을 최대 70% 할인한다.

뷰티 브랜드로는 오희, 더페이스샵, 수려한, 비온드, 빌리프, 슌37° 등이 참



오는 21일까지 네이버쇼핑 내 LG생활건강 브랜드 스토어에서 ‘엘지력키페스타’를 경험할 수 있다. /LG생활건강

가한다. 더마 화장품 브랜드 ‘CNP’의 경우 대표 제품에 1+1 혜택을 적용한다.

샴푸, 치약, 세탁세제, 섬유유연제 등 생활용품은 최대 66% 내린 가격으로 구성됐다. 특히 ‘닥터그루트’는 올해 신제품인 탈모증상집중케어 멀티퍼펙션 샴푸를 비롯해 스킨케어 등 최대 58% 할인한다.

/이청하 기자

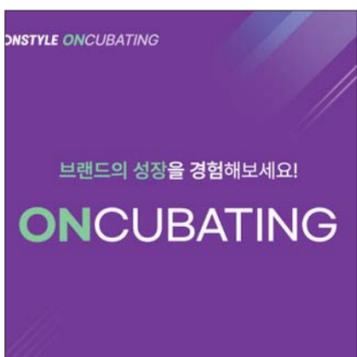
CJ온스타일, 신진 H&B 브랜드 발굴 판로 확대·글로벌 마케팅 지원 강화

‘CJ온큐베이팅’ 3기 모집
최종 선발사 최대 4억 지원

CJ온스타일이 올해도 국내 신진 헬스앤뷰티 브랜드 발굴에 속력을 낸다.

CJ온스타일은 이달 30일까지 유망 H&B 브랜드 발굴 및 성장을 지원하는 인큐베이팅 프로그램 ‘CJ온큐베이팅’의 3기 브랜드를 모집한다고 16일 밝혔다.

CJ온큐베이팅은 모바일 라이브커머스, TV커머스, 유튜브 등 CJ온스타일의 멀티채널을 통한 판로 확대는 물론, 브랜드 통합 마케팅, 제품 품질 개선 등 6개월간 브랜드 스케일업을 위한 전방위적 지원을 제공한다. 특히 이번 3기 CJ온큐베이팅은 지원 혜택이 한층 강화됐다. 최종 선발 브랜드에 최대 4억원의 창업지원금 및 자본 투자 검토 우선권을 획득할 수 있는 기회가 제공



CJ온큐베이팅. /CJ온스타일

된다.

전문 파트너사와의 제휴를 통해 제품 기획 및 생산, 클라우드펀딩 플랫폼 ‘와디즈’ 펀딩 기회, 풀필먼트 서비스 지원도 제공한다. 뿐만 아니라 글로벌 수출 연계 등 K-브랜드 고속 성장을 돕기 위한 지원도 마련했다. CJ온스타일만의 탄탄한 브랜드 육성 밸류 체인

을 구현한 것.

펀드를 통해 브랜드 밸류업을 위한 투자 기회도 제공한다. 브랜드 교육·육성에 전문성을 갖춘 와디즈파트너스, 인포뱅크와 펀드를 조성할 계획이다.

참가를 원하는 기업은 CJ온큐베이팅 공식 홈페이지를 통해 지원할 수 있다. 회사소개서 및 제품, 서비스와 관련된 자료를 제출하면 된다. 이후 브랜드 성장성, 상품 경쟁력, 채널 적합성 등을 고려해 내달 4주차에 최종 선발사를 발표한다.

CJ온스타일은 ‘될성 부른’ 신생 브랜드를 찾아 지난해 4월부터 CJ온큐베이팅 운영을 시작했다. 성장 초기 단계의 브랜드를 지원하는 상생 모델을 정립해 상품 경쟁력을 강화하고 소싱 역량을 고도화하겠다는 복안이다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

조아제약 “지친 일상서 활력을 찾으세요”

‘조아 아르기닌 맥스’ 출시

조아제약이 활력 건강을 위한 제품을 선보인다. 조아제약은 마시는 고품질 아르기닌 ‘조아 아르기닌 맥스’를 출시했다고 16일 밝혔다.

‘조아 아르기닌 맥스’는 1앰플당 L

-아르기닌’ 성분을 6200mg 함유하고 있는 것이 특징이다. 이는 참굴 97미, 먹장어 42마리와 유사한 수준이다. 국립수산물품질관리원 표준수산물성분표 기준, 참굴은 해당 성분을 20g당 64mg, 먹장어는 20g당 146mg 함유한다.

조아제약에 따르면 아르기닌은 우리

몸의 단백질을 구성하는 20종의 아미노산 중 하나다. 체내 합성량이 적어 외부로부터의 섭취가 권장되는 필수 아미노산으로 알려졌다.

아울러 이번 신제품은 블루베리 맛으로 맛과 향에 민감한 사람도 부담 없이 섭취할 수 있다는 게 조아제약 측 설명이다. 이와 함께 조아제약의 특허받은 용기 ‘조아 세피지 앰플’이 적용돼 휴대와 섭취도 간편하다.

/이청하 기자