

취임 1주년 정용진 “본업 경쟁력 중심, 성장 드라이브”

〈신세계그룹 회장〉

신세계 ‘성장 본격재개’ 선언

올해 수도권에 이마트 3곳 개점
2027년까지 추가 3곳 이상 계획
연내 스타벅스 100곳 이상 오픈

SSG닷컴, CJ대한통운과 협력
700여개 물류로 배송지역 확대

정용진 신세계그룹 회장이 취임 1주년을 맞아 ‘성장 본격 재개’를 선언했다. 본업 경쟁력을 중심으로 본격적인 성장 드라이브를 걸겠다는 게 주요 골자다.

5일 신세계그룹에 따르면, 정 회장은 지난해 3월8일 회장으로 승진한 이후 강도 높은 혁신을 추진해 왔다. 올해는 본업 경쟁력을 더욱 강화해 내실 있는 성장에 집중할 계획이다.

성장 전략은 두 가지 방향으로 추진된다. 이마트와 스타벅스 등 기존 주요 계열사는 시장 내 경쟁력을 강화하는데 집중하고, e커머스와 건설 등 지난해 부진했던 사업 부문은 올해 경영 정상화를 목



정용진 신세계그룹 회장이 지난달 21일 ‘신세계 남산’에서 열린 신입사원 수료식에 참석해 질의응답을 하는 모습. /신세계

표로 성장 기반을 마련할 계획이다.

◆이마트·스타벅스, 외형 성장으로 초격차 경쟁 나서

가장 먼저, 이마트를 중심으로 경쟁력 강화에 나선다. 신세계그룹에 따르면, 지난달 문을 연 트레이더스 마곡에 이어 상반기에는 이마트 푸드마켓 고덕점, 하반기에는 인천 트레이더스 구월점을 개점할 예정이다. 올해 수도권

에서만 총 3개의 신규 매장을 열어 외형 성장을 추진한다.

올해 3개 점포 개점에 이어, 오는 2027년까지 추가로 3곳 이상 신규 점포도 열 계획이다. 신규 부지도 5곳 이상 확보해 추가 점포 개점을 검토하고 있다. 신세계그룹 계열의 기업형 슈퍼마켓인 이마트에브리데이 프랜차이즈 매장도 20곳 이상 신규 출점할 예정이다.

새롭게 선보이는 점포는 ‘푸드마켓’ 콘셉트로 차별화된다. 푸드마켓은 지난해 대구 수성점에서 첫선을 보였으며, 올 상반기 개점하는 고덕점도 같은 형태로 운영될 예정이다. 매장 리뉴얼을 통한 ‘몰 타입 전환’도 계속 확대한다.

스타벅스 역시 올해 100곳 이상의 신규 점포를 개점할 계획이다. 특히, 커피 외에도 차(TEAVANA) 및 다양한 프리미엄 메뉴를 제공하는 ‘더 매장’과 특정 테마를 강조한 ‘콘셉트 매장’ 등 일반 매장보다 차별화된 특화 매장을 확대할 예정이다.

◆e커머스·건설 등 부실 사업군, 협력으로 반등 노린다

e커머스와 건설 부문 등 경영 개선이 필요한 자회사는 협력을 통해 성장 기반을 다시 구축한다.

신세계그룹 e커머스 자회사인 SSG닷컴은 CJ대한통운과 협력해 물류 경쟁력 강화를 지속한다. 현재 SSG닷컴은 CJ대한통운이 보유한 전국 700여 개 물류 인프라를 활용해 배송 지역을 확대하고 있다. 지난해 12월 충청권에서 새벽배송을 시작했으며, 올해 2월부터는 부산과

대구로 서비스 범위를 넓혔다.

G마켓 역시 알리바바인터내셔널과 조인트 벤처를 설립해 글로벌 플랫폼과 시너지 창출에 나선다. 현재 공정거래 위원회에 합법적인 설립에 대한 기업결합신고서가 제출된 상태로, 공정위의 심사 마무리 후 법원이 현물 출자를 승인하면 합법적인 설립 절차가 마무리될 예정이다.

신세계건설은 지난달 상장 폐지를 계기로 경영 의사결정 체계를 정비하고, 중장기 사업 포트폴리오를 신속하게 수립할 계획이다. 이에 정 회장은 취임 직후 허병훈 경영전략실 부사장을 신임 대표로 선임하며 조직 개편을 단행했다.

한편, 정 회장은 성장을 위해 성과 중심의 수시 인사 기조를 이어간다는 방침이다.

정 회장은 “고객만족이라는 그룹의 본질적 가치를 높이고 성장을 위한 가속 페달을 밟기 위해 신상필벌에 입각한 인사는 필수”라며 “변화와 도전으로 성과를 낸 조직 구성원에게는 합당한 보상을 하며 계속 혁신을 독려하겠다”고 밝혔다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

식품업계 이어 편의점도 제품가격 줄인상

GS25 PB 대패삼겹살 700g 가격
이달부터 9900원→1만3500원으로
이마트24·세븐일레븐도 인상 동참

고환율·고물가 영향으로 식품업계에 이어 편의점 업계도 가격 인상에 나섰다. 유통업계가 조저가 경쟁을 벌이고 있지만, 경기 침체 속 원가 부담을 감당하기 어려운 상황이라는 분석이 나온다.

5일 업계에 따르면, GS25는 자체 브랜드(이하 PB) 리얼프라이스의 ‘대패삼겹살(700g)’ 가격을 이달부터 9900원에서 1만 3500원으로 인상한다. ‘대패삼겹살(450g)’도 기존 7500원에서 9500원으로 가격이 오른다.

GS리테일 관계자는 “동일 중량 기준으로 비교했을 때 여전히 업계 최저가

수준을 유지하고 있다”고 말했다.

이마트24도 PB 커피 제품 가격을 인상했다. 자체 브랜드 아이미(e)의 ‘쓴·단·짙·향 커피(500ml)’ 가격을 지난달 1300원에서 1400원으로 조정했다.

세븐일레븐 역시 지난 1월 자사 PB 제품 ‘세븐셀렉트 컵커피’, ‘헬로맨 컵커피’, ‘앙리 마티스 컵커피’ 제품 가격을 100원씩 올렸다. 구체적으로 ‘세븐셀렉트 컵커피(5종)’은 2700원에서 2800원으로, ‘헬로맨 컵커피(6종)’은 3000원에서 3100원으로 인상됐다. ‘앙리 마티스 컵커피(2종)’ 역시 3200원에서 3300원으로 올랐다.

편의점에서는 자체 브랜드 상품뿐만 아니라, 납품받아 판매하는 제품 가격도 일제히 상승했다.

롯데웰푸드의 월드콘·더블비안코·빵빠레·구구콘·설레임은 각각 2200원에서 2500원으로 300원 인상됐다. ‘셀렉션’은 8000원에서 9000원으로, ‘나뚜루 미니컵’과 ‘바’ 제품은 4800원에서 5900원으로 가격이 올랐다.

음료 제품도 가격이 조정됐다. 웅진식품의 500ml ‘초록매실’과 ‘아침햇살’은 2150원에서 2350원으로 올랐으며 ‘하늘보리페트’·‘옥수수수염차’·‘오곡누룽지페트’는 2000원에서 2200원으로 각각 200원씩 인상됐다.

업계 관계자는 “원부자재 가격 상승과 인건비 부담이 커지면서 제조사의 원가 부담이 증가했고, 이 영향이 편의점 업계의 가격 인상으로 이어졌다”고 설명했다. /안재선 기자

현대프리미엄아울렛 김포점 방문 외국인 ↑

현대백, 외국인 매출신장률 60% 대
관광버스 월 180여대, 전년비 3배 증가

현대백화점은 현대프리미엄아울렛 김포점을 방문하는 외국인 관광객이 증가하고 있다고 5일 밝혔다.

현대백화점에 따르면, 지난해까지 평균 30%대를 기록하던 외국인 관광객 매출 신장률이 올해 들어 60%대로 증가했다. 차량 기준으로 보면 올해 1~2월 현대프리미엄아울렛 김포점을 방문한 외국인 관광버스는 180여대로, 지난해 같은 기간보다 3배 가량 증가했다.

현대백화점은 외국인 관광객 증가의 주요 요인으로 김포점의 지리적 이점을 꼽았다. 현대프리미엄아울렛 김포점은 김포공항까지 15분, 인천공항까지 40분가량 소요돼 수도권 내 아울렛 중 공항 접근성이 높은 편이다. 또한, 서울 강남·북도 심까지 30분 내외로 이동할 수 있어 주요



현대프리미엄아울렛 김포점 전경. /현대백화점

관광지와의 거리도 비교적 짧다.

이 외에도 현대백화점은 현대프리미엄아울렛 김포점에 다양한 할인 혜택을 제공하는 프리미엄 브랜드가 입점해 있고, 차별화된 외국인 특화 서비스를 운영하는 점이 관광객 유입에 영향을 미쳤다고 분석했다. 또, 김포점 인근에서 즐길 수 있는 한강 유람선과 자전거 라이딩 등 주변 관광 콘텐츠 역시 김포점 방문객 유입 증가 요인으로 작용했다는 게 회사 측 설명이다. /안재선 기자

GS리테일, 홍가리비 40t 매입 ‘해산물 촉진’

수협유통과 협력... 어민지원 활동
GS더프레시 540여곳서 판매 확대

GS리테일이 수협유통과 협력해 국산 해산물 소비를 늘리고 어민을 지원하는 활동에 나선다고 5일 밝혔다.

GS리테일에 따르면, 경남 고성군 어민들에게서 홍가리비 40톤을 사들여 소비 촉진 행사를 진행한다. 이번 행사는 소비 부진 등의 여파로 해산물 판매에 어려움을 겪는 어민을 돕기 위해 마련됐으며 수은 상승으로 폐사 위험이 높은 홍가리비를 우선적으로 매입했다는 게 회사 측 설명이다.

이에 따라 GS리테일은 자사가 운영하는 슈퍼마켓 GS더프레시 540여 개 매장에서 홍가리비 판매를 확대한다는

방침이다. 수협유통은 자체 판매 채널을 통해 소비 촉진에 나선다.

한편, GS더프레시는 이번에 매입한 홍가리비를 ‘홍가리비 2kg’ 기획 상품으로 구성해 이달 11일까지 특별 판매를 진행한다. 이번 국산 해산물 소비 촉진 활동이 어민 지원은 물론, 고물가 시대 고객의 장바구니 부담을 줄이는 데도 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

GS리테일 김경진 신선상품기획(MD) 부문장은 “어민과 유통사가 긴밀히 협력해 국산 해산물을 저렴하게 제공하는 소비 촉진 행사를 기획했다”며 “앞으로도 국산 해산물 소비 활성화를 통해 어민을 지원하고, 고객 물가 부담을 낮출 수 있는 다양한 프로모션을 지속적으로 마련할 계획”이라고 말했다. /안재선 기자

KT&G 상상마당 흥대 콜리와 ‘곽철이’ 팝업

KT&G 상상마당 흥대가 봄 시즌을 맞이해 주식회사 콜리와 함께 인기 캐릭터 ‘곽철이’ 팝업스토어를 오는 3월 23일까지 진행한다고 5일 밝혔다.

‘곽철이’는 윤택있는 동작과 특유의 눈빛으로 감정을 표현하는 오리캐릭터로 SNS상에서 인기를 끌고 있다. 현실을 풍자하는 명량한 블랙 유머를 통해 젊은층에서 주목받고 있으며, 국내 기업들과 손잡고 다양한 콜라보 프로그램을 진행하고 있다. 이번 팝업스토어는 ‘곽철이 블루밍 데이(Blooming Day)’라는 주제로 KT&G 상상마당 흥대 디자인스퀘어에서 진행되며, 관람객들은 이번 스토어에서 처음 선보이는 제품 60여종을 포함해 패브릭과 피규어, 리빙 등 총 111개 제품을 만나볼 수 있다. /신원선 기자 tree6834@

갤러리아백 “색다른 리빙제품 한자리에”

서울 명품관서 ‘나인틴피세니’ 팝업

갤러리아백화점이 서울 명품관에서 이달 13일까지 라이프스타일 편집숍 ‘나인틴피세니’ 팝업스토어를 운영한다고 5일 밝혔다.

나인틴피세니는 해외 다양한 리빙 브랜드의 주방 식기와 인테리어 소품 등을 수입해 선보이는 편집숍이다. 독특한 색감과 디자인의 제품 및 국내외 작가들과의 협업 상품을 선보이는 것이 특징이다.

대표적으로 ▲네덜란드 브랜드 엔케이아스테르담 ▲스페인 브랜드 마리아 델라 아라우조 ▲벨기에 브랜드 벨 포



나인틴피세니 편집숍에서 선보이는 제품을 소개하는 브랜드 관계자 모습. /갤러리아

터리 등 수입 브랜드 제품들이 마련됐다. 국내에서 쉽게 찾아볼 수 없는 브랜드로 신선하면서도 희소성 있다는 게 갤러리아 측 설명이다. /안재선 기자