

신세계, 박주형 체제로... 대표이사 40% 교체, 젊은인재 배치

2024 그룹 정기 임원인사

박주형, 신세계·센트럴시티 겸직
이마트 대표이사에 한채양 내정
신세계푸드·L&B 대표에 송현석



신세계의 신임 대표이사로 내정된 박주형 신세계센트럴시티 대표. 박 대표는 신세계와 신세계센트럴시티 대표를 겸직하게 된다.

/신세계그룹

신세계그룹이 변화와 쇄신, 시너지 강화, 성과총력체제 구축에 초점을 맞추고 회사의 경쟁력 전반을 재정비함과 동시에, 경영환경을 정면돌파하고 미래를 개척할 수 있는 실행력 강한 조직 진용을 새롭게 구축했다.

신세계그룹은 2024년 정기임원인사를 단행했다고 20일 밝혔다. 이번 인사를 통해 대표이사의 약 40%가 교체되며, 기존 틀을 깨는 새로운 조직운영체계를 도입하는 한편, 우수한 젊은 인재들을 과감히 중용·배치하여 새로운 도약 및 미래 경쟁력 강화를 강력하게 추

진한다.

신세계그룹은 이번 인사에서 신세계 대표이사로 박주형 신세계센트럴시티 대표를 내정했다. 박주형 대표는 신세계와 신세계센트럴시티 대표를 겸직하게 된다.

이마트 대표이사에는 한채양 조선호텔앤리조트 대표를 내정했다. 이마트, 이마트에브리데이, 이마트24 등 오프라인 유통 사업군은 'One(원) 대표체제'로 전환돼 한채양 대표가 이들 사업군을 총괄하게 된다.

신세계푸드와 신세계L&B는 신세계푸드 대표인 송현석 대표가 겸직해 시너지를 확대하게 된다. 또, 신세계프라퍼티와 조선호텔앤리조트는 임영록 신세계프라퍼티 대표가 겸직하며 신세계라이브쇼핑 대표에는 이석구 신세계신성장추진위 대표를 내정했다.

이밖에 마인드마크 대표에는 콘텐츠 비즈니스 전문가인 김현우 대표를 외부 영입해 대표로 내정했으며 더블유 컨설팅코리아 대표에는 이주철 지마켓전략사업본부장을 내정했다.

이와 함께 새로운 대표이사 운영구조도 도입한다.

신세계그룹은 리테일 통합 클러스터(Cluster)를 신설하고, 산하에 이마트, 이마트에브리데이, 이마트24, 신세계프라퍼티, 쓱닷컴(SSG.com), 지마켓을 편제시켜 보다 더 강력한 시너지와 실행력, 신성과창출을 도모한다.

또한 예하조직 및 본부장 운영에 있어서도 통합본부장 체제 도입, 시너지를 위한 하이브리드 조직체제, 업무영역별 과감한 세대교체를 단행하는 등 전반적으로 기존 전통적 조직운영 방식을 뛰어넘는 혁신적인 변화를 취했다.

신세계그룹 측은 이번 인사에 대해 "조직의 경쟁력을 근본적으로 쇄신·강화하고, 새로운 성과창출 및 시너지를 극대화하기 위해 과감한 혁신 인사를 단행했다"며 "앞으로도 철저한 성과능력주의 인사를 통해 그룹의 미래 준비를 더욱 강화할 것"이라고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

CJ더마켓

추석기획전 '더프페' 진행

CJ제일제당은 공식몰 CJ더마켓에서 추석맞이 기획전 '더마켓 프레스타(이하 더프페)'를 이달 24일까지 진행한다고 20일 밝혔다. '더프페'는 매달 20일부터 일주일간 CJ더마켓에 판매 중인 800여 가지 상온과 냉장(신선식품) 인기 제품에 대해 최소 40% 이상 할인하는 대규모 프로모션이다.

이번 '더프페'에서는 명절상차림을 준비하는 소비자를 위해 이들 앞당겨 시작했으며, 하나만 사도 최대 60% 할인된 가격으로 구입할 수 있다.

/신원선 기자

위메프 '추석 기획전'

자급제폰 매출 198% ↑

위메프가 오는 25일까지 '2023 추석 기획전'을 이어가고 있는 가운데 디지털 카테고리 상품의 판매가 증가했다.

위메프는 '2023 추석 기획전'에서 보급형 스마트폰이 거래액 1위를 차지하고 있다고 20일 밝혔다. 위메프에 따르면 기획전 오픈 20일간(8월28일~9월16일) '자급제폰' 매출은 198% 증가했다. 아울러 심박수 등 실시간 건강 상태를 체크할 수 있는 스마트워치 카테고리(164%)도 인기를 끌며 '효도가전'이 주목받고 있다.

추석선물칸 카테고리별 거래액 비중도 디지털·가전이 절반 이상으로 가장 높았다. 생활·주방(20%), 식품·건강(19%) 등이 순서대로 뒤를 이었다.

/이청하 기자

택배배송 매출 70% 급성장 홈플러스, 지원정책 통했다

셀러 상품 고객에 택배배송 서비스
'수수료 0%' 프로모션 등 혜택제공
해당기간 입점사업자 160% 증가

홈플러스가 마트직송, 즉시배송에 이어 '택배배송'까지 서비스를 확장해 종합 온라인 쇼핑 플랫폼으로 나아가고 있다. 홈플러스는 온라인 '택배배송' 서비스 올해 7~8월 매출이 전년 대비 약 70% 성장세를 기록했다고 20일 밝혔다. 홈플러스에 따르면 온라인 '택배배송' 서비스는 9월 들어서도 지난 10일까지의 매출이 전년 대비 41% 신장해 상승세에 있다.

대형마트를 기반으로 한 '마트직송'은 고객이 원할 때 받아보는 맞춤배송이다. 홈플러스는 '1시간 즉시배송'은 익스프레스를 기반으로 운영하고 있다. 아울러 '택배배송'은 각각의 판매자(셀러)들이 입점해 고객 주문 상품을 택배로 배송해주는 서비스다.

홈플러스는 택배배송 활성화를 위한

효율적 투자의 일환으로 '수수료 0%' 프로모션을 지난해 11월부터 올해 2월까지 진행한 바 있다. 해당 프로모션을 통해 온라인몰에 신규 입점을 원하는 사업자들의 원활한 초기 정착을 위해 수수료 면제와 할인혜택을 제공했다.

이에 따라 해당 기간 새롭게 입점한 사업자 수는 160% 증가했다. 또한 입점 셀러 판매 활동을 돕기 위해 택배배송 전용 중복 쿠폰비를 지원하고, 택배배송 전용관 탭을 온라인 홈페이지 전면에 내세웠다.

이 외에도 홈플러스는 ▲오픈런 데이 프로모션 ▲산지직송 전문관 ▲리퍼 기획전 등을 선보이고 있다. 또한 상생의 가치를 높이고 실천하기 위해 '시니어마켓'을 비롯해 사회적경제기업 전문관도 주기적으로 운영하고 있다. 지난 4월에는 '시니어마켓'에서 택배배송 최단기간 전 품목 완판 기록을 세우며 지역사회 및 노인 일자리 창출에 기여했다.

/이청하 기자



지난 19일 진행된 '2023 오비맥주 스타트업 데모데이(Demo Day)'에서 참석자들이 기념촬영하고 있다.

/오비맥주

오비맥주, 2023 스타트업 밋업 개최

17개사 아이디어 발표·청취, 네트워킹
상위 5곳 우선선발, 시범사업화 실시

오비맥주가 국내 유망 스타트업을 발굴하는 '2023 스타트업 밋업(Startup Meet-Up)'을 개최했다.

오비맥주는 지난 19일 코엑스 3층 컨벤션홀에서 구자범 수석부사장, 김석환 부사장 등 오비맥주 임원진이 심사패널로 참석한 가운데 스타트업 17개사의 아이디어 발표를 청취하고, 교류하는 네트워킹 시간을 가졌다고 20일 밝혔다.

서울창업허브와 공동 주최한 이번 '스타트업 밋업'은 성장 잠재력을 지닌 스타트업과 동반 성장의 기회를 모색하기 위해 지난 2019년부터 이어 온 창업 활성화 프로그램이다.

올해로 5회째를 맞은 '2023 스타트업 밋업'의 발표 주제는 ▲친환경 기술 및 ESG ▲신사업 개발 ▲친환경 신소재 ▲포장재 혁신 ▲부산물 업사이클링 ▲물류 자동화 및 업무 효율화 ▲AI 테크 솔루션 등이다.

이날 참여한 스타트업 중 심사점수 상위 약 5개 업체는 '우선 선발' 스타트업으로 뽑힐 예정이며 이후 6~9개월간의 PoC(시범사업화) 기간을 거쳐 내년도 데모데이에서 최종 우승을 가리게 된다.

최종 선발된 기업에는 우승상금과

오비맥주의 투자 및 협업의 기회가 주어진다. 또한, 시장 출시 전 시제품의 사전 검증을 위한 기술사업화 지원과 서울산업진흥원의 사업화(PoC) 지원금, 글로벌 진출 지원금, ESG 컨설팅, PR지원 등 맞춤형 후속 지원이 제공될 예정이다.

앞서 18일, 오비맥주는 작년도 우선선발 기업을 중 최종 우승자를 가리는 '2023 오비맥주 스타트업 데모데이'를 진행했다. 오비맥주의 부문별 임원진이 참석한 가운데 작년 스타트업 밋업에서 선정된 테라블록·컷더트레쉬·위밋모빌리티 등의 업체가 그간의 사업화 진행 결과를 발표했다.

최종 선발업체로는 도매사 차량 배치 최적화 솔루션을 제시한 스타트업 위밋모빌리티가 선정됐다. 오비맥주는 위밋모빌리티와 앞으로의 사업 지속을 위한 MOU를 체결하고, 사업지원금 1000만원을 지원한다.

한편, 오비맥주는 스타트업 밋업을 통해 푸드 업사이클 전문기업 리하베스트와 그린바이오 벤처기업 라피끄 등 우수한 스타트업을 발굴해 협업체계를 구축하고 상생관계를 유지하고 있다.

오비맥주는 이들 스타트업들과의 협업을 통해 사회적 책임을 실천하고 지속적인 시너지를 창출한다는 계획이다.

/신원선 기자 tree6834@



지난 19일 SPC그룹 사옥에서 SPC삼립 정기성 상무(오른쪽)와 KRI한국기록원 김덕은 원장이 기념사진을 찍고 있다.

/SPC그룹

SPC삼립 '정통 크림빵'

단일 브랜드 최다판매 KRI기록원서 공식인증

SPC삼립은 '정통 크림빵'이 10년간 가장 많이 팔린 '단일 브랜드 최다판매 크림빵(리테일 부문, 누적)'으로 KRI한국기록원 공식 인증을 받았다고 20일 밝혔다.

정통 크림빵은 1964년 국내 제빵업계 최초의 비닐 포장 기술을 도입한 제품으로 자잘한 구멍이 뚫린 빵 속에 입안에서 살살 녹는 부드러운 크림을 넣은 제품으로 삼립 대표 스테디셀러다.

이번 인증은 크림빵 부문 단일 브랜드 최다 판매 기록으로 10년간(2013년 3월 1일 ~ 2022년 12월 31일) 약 3억 2000만 개 판매를 달성했다. 10년간 판매된 '정통 크림빵'을 길이로 환산하면 약 3만 7042km로 에베레스트(8848m) 산을 2093회 왕복할 수 있는 정도다.

/신원선 기자

'립파이 초코' 소비자 홍보대사 모집

롯데웰푸드, 내달 15일까지 접수

롯데웰푸드(옛 롯데제과)가 '립파이 초코' 소비자 홍보대사를 모집한다.

립파이 초코는 출시 후 4개월간 약 200만갑이 판매되며 소비자들 사이에서 티타임과 함께하는 디저트로 자리잡고 있다. 롯데웰푸드는 립파이 초코의 즐거운 경험을 폭넓게 공유하기 위해 소비자 홍보대사 'Dear. Me 앰배서더' 프로젝트를 준비했다고 20일 밝혔다.

'Dear. Me 앰배서더'는 총 100명을 모집할 계획이다. 지원은 오는 10월 15일까지 립파이 공식 인스타그램 SNS 채널에서 신청하면 된다. 선정 발표는

10월 18일 예정이다.

선정된 참가자는 립파이 초코와 함께하는 나만의 휴식시간을 자신의 SNS 채널에 공유하는 미션을 수행한다. 앰배서더에게는 나만의 온전한 휴식시간을 립파이와 함께 즐길 수 있도록 'Dear. Me 키트'를 제공한다. 키트는 립파이 초코를 곁들인 티타임을 즐길 수 있도록 어울리는 고급 홍차와 티팟(차주전자), 차잔, 코스터까지 함께 구성되어 있다.

/신원선 기자



유튜브<메트로신문> 동영상 제공