

단순 장보기 넘어 체험형 휴식 제공 대형마트, ‘몰캉스’로 공간 탈바꿈

〈몰+바캉스〉

오프라인 유통업계 매출 역성장
대형마트 -1.1%… 감소폭 가장 커
식료품 중심 온라인 시장 성장세
이마트, ‘스타필드 마켓’ 리뉴얼
롯데마트, 식료품 전문·체류 결합

지난 상반기 기준 오프라인 유통업계 매출이 5년 만에 역성장한 가운데, 대형마트 매출이 백화점·편의점에 비해 더 큰 폭으로 하락한 것으로 나타났다. 식품을 중심으로 소비층이 온라인으로 이동한 영향으로 풀이된다.

31일 업계에 따르면, 전반적인 오프라인 유통가 경쟁력 하락에 대형마트가 고전을 면치 못하고 있는 것으로 나타났다.

실제 산업통상자원부 유통업체 매출 동향에 따르면, 올해 상반기 오프라인 유통업의 매출 증감률이 전년 대비 마이너스(-)0.1% 줄었다.

그중 대형마트 매출 감소 폭이 가장 컸다. 지난 상반기 전년 대비 백화점 매출 증감률은 0.5%, 편의점은 -0.5%였던 반면, 대형마트는 -1.1%로 가장 큰 폭의 변화를 보였다.

대형마트의 성장 둔화는 지난해부터 지속돼 왔다. 전년 동기 대비 대형마트 매출 증감률은 지난해 2분기 -2.6%, 3분기 -2.9%, 4분기 -1.7%에 이어 올해 1분기 -0.4%, 2분기 -1.9%를 기록하며 5분기 연속 부진한 흐름을 이어갔다.

대형마트 성장 정체 배경으로 식료품을 중심으로 한 온라인 시장 성장세가 지목된다. 올해 상반기 대형마트 식품 부문 매출 증감률을 살펴보면, 1월



3일 서울 시내의 한 대형마트를 찾은 시민들이 장을 보고 있다.

/손진영기자 son@

(19.1%), 2월(-19.7%), 3월(3.4%), 4월(-0.8%), 5월(1.6%), 6월(0.5%)로 집계됐다.

반면, 온라인 유통가에서는 식품 매출 증감률이 1월(19.6%), 2월(14.9%), 3월(19.4%), 4월(21.3%), 5월(18.2%), 6월(24.1%) 지속해서 증가했다. 식품 비중이 대략 70%에 달하는 대형마트와 달리, 식품 비중이 약 30%에 불과한 온라인 유통업계에서 식품 매출이 더 큰 폭으로 증가한 것이다.

이 같은 상황에서 대형마트 업체는 몰캉스(몰+바캉스) 공간 혁신 전략을 내세우며 고객 잡기에 나섰다. 단순 장보기 공간을 넘어 체험형 휴식 공간으로 탈바꿈하겠다는 전략이다.

대표적으로 이마트는 18년 만에 이마트 동탄점을 리뉴얼을 단행하고, 이마트 동탄점을 ‘스타필드 마켓’으로 새롭게 선보인다. 스타필드 마켓은 지난해부터 이마트가 새롭게 선보인 리테일 공간 혁신 모델이다.

특히, 기존 이마트 매장 면적을 약 26% 축소하고, 시그니처 문화공간인 ‘북 그라운드’ 공간을 넓혔다. 이 외에도 ‘키즈 그라운드’ 공간을 새롭게 조성해 3040을 중심으로 한 가족 단위를 공략한다는 방침이다.

롯데마트 역시 최근 식료품 전문성과 체류형 콘텐츠가 결합된 ‘그랑그로 서리 구리점’을 새롭게 오픈했다. 매장의 약 90%를 식료품으로 구성하는 한편, ‘토이저러스’, ‘뽀로로’ 등 키즈 브랜드 공간을 흡인속 형태로 구성해 가족 단위 고객 확보에 집중한다는 계획이다.

업계 관계자는 “대형마트도 백화점과 같이 체류형 공간으로 변신하고 있다”며 “공간 경쟁력을 강화하기 위해 단순 장보기 공간을 넘어 아닌 3040 가족 단위 고객에게 즐거움과 휴식을 제공할 수 있는 공간으로 탈바꿈하는 데 집중하고 있다”고 전했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

넥스트엔바이오

오가노이드 연구 본격화

콜마홀딩스 관계기업 넥스트엔바이오가 차세대 생명공학 분야인 ‘오가노이드’ 연구개발에 본격 나선다.

31일 콜마홀딩스에 따르면, 넥스트엔바이오는 지난 30일 싱가포르 국립대학교 산하 싱가포르 암과학연구소와 ‘오가노이드 공동연구소 개소 업무협약’을 체결했다.

이번 협약을 통해 넥스트엔바이오는 아시아 암 환자로부터 유래한 세계 최대 규모의 오가노이드 라이브러리를 구축한다는 방침이다. 싱가포르에 거주하는 중국계, 인도계, 말레이시아계 등 다양한 아시아 암 환자에서 신약개발, 치료반응 예측 등을 진행한다. 특히 동물실험을 대체할 새로운 평가 플랫폼을 마련하는 데 중점을 둔다.

이를 위해 넥스트엔바이오는 오가노이드 전문 연구인력을 싱가포르 현지에 투입해 국내에서 개발하고 있는 정밀의료 평가 기술을 공동연구에 적용할 계획이다.

또 싱가포르 국립대학교 의과대학 석좌교수인 아쇼크 벤키타라만 교수를 비롯해 다수의 암 전문 임상의 및 연구진이 참여한다.

/이청하 기자

신세계사이먼, 여름휴가 맞아 ‘썸머 나잇 힐링 페스타’ 열어

오늘부터 여주 프리미엄 아울렛서
쇼핑·여가·미식·체험 야외 행사

신세계사이먼이 여름 휴가철을 맞아 이달 1일부터 10일까지 여주 프리미엄 아울렛과 여주 프리미엄 빌리지에서 ‘썸머 나잇 힐링 페스타’를 연다고 31일 밝혔다.

썸머 나잇 힐링 페스타는 쇼핑과 여가, 미식과 체험을 결합한 복합 야외 페스티벌이다.

먼저 오는 2일과 9일에는 오후 8시 30분에 여주 프리미엄 빌리지에서 불꽃놀이가 진행된다. 불꽃놀이 행사에 앞서 오후 6시와 8시에는 사전 공연을 진행한다.

야시장 분위기의 푸드 페스티벌도 마련됐다. 여주 프리미엄 아울렛 이스트 광장에서는 행사 기간 중 금요일부터 일요일까지 밴드제리스, 고피자, 명랑핫도그, 자갈치오지매, 부산맥주 등 인기 식음료(F&B)를 선보인다. 여주 프리미엄 빌리지에서는 톰브로이의 푸



신세계사이먼 여주 프리미엄 아울렛 이스트(EAST) 플라마켓 전경 사진. /신세계사이먼

드트럭과 수제맥주도 만나볼 수 있다.

지역 관광과 연계한 ‘썸머바캉스 패키지’ 이벤트도 진행한다. 여주시 남한강 출렁다리, 금은모래 캠핑장, 루덴시아와 이천 테르메덴, 덕평자연휴게소 등 제휴처를 방문한 뒤 아울렛 안내센터에서 인증하면 놀이기구 탑승권, 음료 이용권 등 선물을 증정한다.

신세계사이먼 관계자는 “무더위로 지친 여름, 아울렛에서 시원한 힐링을 느낄 수 있도록 다채롭게 준비했다”고 말했다.

/안재선 기자

나라셀라, ‘몬테스’ 누적판매 1700만병 돌파

한 달간 ‘몬테스 알파’ 시리즈
3만1900원 특별가 행사 진행

국내 와인 유통업계의 1호 상장사인 나라셀라가 대표 수입 브랜드 ‘몬테스’의 누적 판매 1700만 병 돌파 기념으로 ‘고객 감사제’를 진행한다고 31일 밝혔다.

이번 판매 기록은 와인 병을 세로로 쌓았을 경우 지구에서 가장 높은 산인 에베레스트산의 약 576배 높이에 달하는 규모다. 1998년 국내에 처음 소개된 ‘몬테스’는 2012년 500만병, 2019년 1000만병을 넘여선 데 이어 이번 1700만 병 돌파로 또 한 번의 기록을 세웠다.

‘몬테스’는 합리적인 가격과 뛰어난 품질로 입문자부터 애호가까지 폭넓은 소비층의 지지를 받으며 지난 28년 동안 국내 와인 시장 저변 확대에 크게 기여했다. 현재는 백화점, 편의점, 레스토랑, 호텔 등 다양한 유통 채널에서 쉽게 만나볼 수 있는 대표적인 프리미엄 와인 브랜드로 굳건히 자리잡고 있다. 그 결과 ‘2025 브랜드 고객충성도 대상’에서 와인 부문 1위로 선정되었으며, 가장 신뢰하고 마실 수 있는 와인으로 소



몬테스.

/나라셀라

비자들로부터 높은 평가를 받았다.

나라셀라는 고객 성원에 보답하고자 8월 1일부터 31일까지(한 달간) 주요 백화점(현대, 신세계, 롯데, 갤러리아), 이마트24, GS더프레시 등에서 ‘몬테스 알파’ 시리즈를 3만1900원 특별가로 선보이는 감사 이벤트를 진행한다. 또한 8월 중에는 와인 애호가들을 위한 한정판 ‘몬테스 올드 빈티지’ 출시도 예정돼 있어 기대를 모은다.

나라셀라 관계자는 “1700만 병 판매라는 뜻깊은 성과는 ‘몬테스’를 향한 고객들의 꾸준한 신뢰와 사랑 덕분”이라며, “이번 ‘고객 감사제’를 통해 ‘몬테스’의 진정한 매력을 더욱 깊이 느껴보시길 바란다”고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@

오가노이드사이언스, 연구·생산 전문가 합류

배은주 박사, 이용석 생산본부장 영입

오가노이드사이언스가 국제 수준의 연구경험을 가진 배은주 연구소장과 바이오의약품 생산 공정 분야 전문가인 이용석 생산본부장을 신규 영입했다고 31일 밝혔다. 이번 영입은 오가노이드사이언스의 중장기 파이프라인 강화와 글로벌 임상·생산 역량 확대를 위한 전략적 조치다.

배은주 박사는 바이오융합 기술 개발 전략을 총괄한다.

배 박사는 신약개발 전문가다. 서울대학교 약학대학을 졸업하고 동 대학에서 석사 및 박사 학위를 취득했다. 미국 UC 샌디에이고에서는 박사후연구원으로 연구 역량을 쌓았다. 주요 연구 분야는 비만, 당뇨병, 지방간질환 등 대사질환이며 최근에는 분자약리학적 대사조절 및 조직 재생 관련 연구를 활발히 수행하고 있다.

이용석 생산본부장은 바이오의약품 생산 및 위탁개발생산(CDMO) 사업을 맡는다.

이 생산본부장은 공정개발 및 우수 의약품 제조 및 품질관리 기준(GMP) 전문가로, 연세대학교 화학공학과를 졸업하고 카이스트에서 생물화학 석·박사 학위를 취득했다. GC녹십자에서 20년 이상 바이오의약품 개발부터 상업 생산까지 전 주기를 주도한 경험을 갖췄다. 셀랩메드에서는 GMP 관련 시설 구축, 규제기관 승인, 품목허가 등 조직 전반의 업무를 다뤘다.

유종만 오가노이드사이언스 대표는 “두 각 분야 최고의 전문가와 협업해 혁신 연구 역량과 글로벌 생산 경쟁력을 더욱 끌어 올릴 수 있게 됐다”며 “글로벌 바이오헬스케어 시장에서 과학적 근거를 기반으로 기업 영향력을 더욱 넓혀 나가겠다”고 포부를 밝혔다.

/이청하 기자 mlee236@

CU, 닌텐도 ‘피크민’ IP 협업 상품 선보

편의점 업계 최초 닌텐도 IP 제휴

CU가 국내 편의점 업계 최초로 닌텐도와 지식재산권(IP) 제휴를 맺고 인기 게임 캐릭터 ‘피크민’ 상품을 선보인다고 31일 밝혔다.

피크민은 미지의 행성을 무대로 하는 닌텐도 스위치 게임 ‘피크민 4’의 캐릭터다. 모퉁 캐릭터인 피크민 모종을 발견해 새로 심거나, 결을 수를 모아 꽃을 피우는 방식의 게임이다.

CU는 피크민의 세계관을 활용한 협업 제품과 각종 이벤트를 바탕으로 차별화된 고객 경험을 제공한다는 방침이다.

먼저 CU는 피크민 블루 게임 이용자

를 위해 특별존을 마련했다. 애플리케이션을 켜고 전국 CU 매장에 방문한 뒤, 피크민 특별존을 아래로 스와이프하면 특별한 디자인의 ‘피크민 4’우주선 데코 피크민’ 모종을 획득할 수 있다.

피크민 IP 협업 상품 5종도 출시한다. 대표적으로 게임 이용자들이 과일을 모아 온다는 설정을 바탕으로 상큼한 과일 맛을 구현한 ‘피크민 요거트 마카롱’을 선보인다. 이외에도 ‘커스터드도넛’, ‘꽃모양 스낵’ 등 상품도 마련됐다.

BGF리테일 이은관 전략 상품기획자(MD)팀장은 “앞으로도 CU는 편의점 주요 소비층의 관심이 높은 인기 콘텐츠와 연계한 이색 마케팅을 이어갈 것”이라고 말했다.

/안재선 기자