"강박수준 24시간 원단 체크… '고객과의 신뢰' 지키고파"

MD에게 듣는다

❶ GS홈쇼핑 'SJ와니' 박정은

손정완 디자이너 협업 'SJ와니'
누적주문 4300억, 고객 100만↑

30만원 팬츠 10만원 이하에 선봬
'고객이 입고 행복한 옷' 제작 목표

GS홈쇼핑 박정은 MD. /손진영 기자 son@

"화면에서 비춰졌을 때 예쁜 옷 말고, 후기를 통해 증명되는 옷이 '좋은 옷'이라고 생각해요. 고객으로 하여금 만족도가 높은 옷을 보여드리고 싶어요."

GS홈쇼핑와 손정완 디자이너의 협업으로 탄생한 패션브랜드 'SJ와니'의 기획을 담당하고 있는 박정은 MD(상품기획자)의 하루 24시간은 고객이 옷을 보는 시각에 맞춰져있다. 디자이너와 기획자가 열광하는 옷이 아닌, 당사자가 입고 가장 행복해할만한 옷을 만드는 것이 박 MD의 목표다.

최근 GS홈쇼핑 사옥에서 만난 박정은 MD는 인터뷰 직전까지 오전 회의와 방송에 내보낼 옷 수량체크로 바쁜 모습이 역력했다. 박MD는 수량체크와 홈쇼핑 전략회의는 매일 있는 일이라며, 웃어보였다.

SJ와니는 2012년 11월, GS샵과 국내 최정상 손정완 디자이너가 공동으로 기획해 론칭한 브랜드다. 손정완 디자이너가 상품 기획과 디자인을 맡고, 유통과 마케팅은 GS샵이 담당한다. 현재까지 SJ와니는 누적주문 4300억원, 100만 고객을 돌파했다.

박MD는 SJ와니를 3년째 전개하고 있다. 처음부터 의류 MD는 아니었다.

"옷을 너무 좋아해서 직무까지 바꾼 케이스죠.(웃음) 처음에는 마케팅을 4년 정도 했고, MD로 근무한 건 9년째에요. 처음에는 의상학과 전공이 아니라 핸디캡이라고 생각했는데, 오히려 좀 더 객관적이고 대중적인 시각에서 상품을 기획·제공할 수 있지 않을까 싶어 직무를 변경했죠."

이런 박 MD가 상품을 기획하면서 가장 중요하게 생각하는 건 옷의 퀄리티다.

그는 "'손정완'이라는 디자이너 명성에 흠이 가지 않게 퀄리티를 중요시하게 생각하고 있다. 원단 사양을 보면, 홈쇼핑 수준의 옷이 아니다"라며 "협력업체 측에서도 강박 수준으로 원단 사양을 체크한다"고 말했다. 이어 "디자인 면에서는 한 두해 입고 끝나는 게 아니라 클래식한 것이 특징이다. 오래 입을 수 있는 클래식한 디자인으로 브랜드를 운영하고 있다"고 덧붙였다.

SJ와니는 내셔널 브랜드 중 최고가에 판매되는 손정완의 디자인을 합리적 가격에 구입할 수 있다는 강점때문에 여성 고객의 관심을 한몸에 받았다. SJ와니 출시를 계기로 신진 디자이너 위주였던 홈쇼핑 디자이너 브랜드들도 정상급 디자이너로 재편됐을 정도.

가격이나 품질면에서 SJ와니는 기존 홈쇼핑에서 판매하던 '다종구성 저단가' 상품들과는 180도 다르다.

박 MD는 "저가상품들은 가격을 이미 정해놓고 종 수를 맞춰야하기 때문에 쉽게 소재를 선택할 수 없다. 때문에 MD의 창의적인 부분이 들어가기 힘들다"며 "하지만, SJ와니는 가격 제약을 받지 않기 때문에 기존 홈쇼핑에서 볼 수 없던 것들을 시도할 수 있고, 그런 면에서 즐겁게 일하고 있다"고 말했다.

오프라인 매장 매출은 급감하는 가운데 홈쇼핑 패션은 날이 갈수록 사랑받고 있다. 과거와 비교해봤을 때 많은 홈쇼핑 업체들이 프리미엄 라인을 선보이되, 가격은 합리적으로 책정해 가성비와 가심비 모두를 잡았다는 게 이유다.

박 MD는 "'홈쇼핑은 철 지난 저가 패션'이라는 말은 옛말"이라며 "지금은 홈쇼핑 옷 생산도 백화점화되어서 '다품종 소량생산'을 하고 있다. 한 상품을 10번 정도 방송했다면 새로운 옷들을 보여주며 고객의 취향을 맞춰야 한다"고 설명했다.

"SJ와니의 강점이라면, 손정완 디자이너와 같이 만들었다는 점이죠. 이미 많은 고객이 알고 있고, 백화점에 입점해있는 손 디자이너의 DNA를 고스란히 보여주는 홈쇼핑 브랜드라는 거죠. 매장에서 사면 30만원대인 '사브리나 팬츠'를 저희는 10만원도 안되는 가격에 선보이고 있으니 안 살 이유가 없죠." 가격을 올리지 않는 이유에 대해서는 '고객과의 신뢰'를 지키고 싶다고 밝혔다.

'SJ와니'는 올 F/W시즌 럭셔리 라인업을 추가했다. 롱무스탕부터 니트 원피스, 캐시미어 100% 니트를 선보이며 홈쇼핑 패션사에 한 획을 그었다.

박 MD는 '한번도 안사봤다'는 고객이 구매하고나서 '사보니까 좋더라'라는 말을 듣는 게 목표다.

"기존 틀을 벗어난 시도들을 하려고 해요. 안될거라고 생각했던 옷을 시도해서 사랑받으면 그것보다 기분 좋은 일은 없거든요. 홈쇼핑에서 만날 수 없던 아이템들을 하나씩 보여드리고자 해요."

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

〈기업경영분석 추계 결과〉

구분	성장성(%)		수익성(%)		안정성(%)	
	매출액증가율1)	총자산증가율2)	영업이익률	이자보상비율	부채비율	차입의존도
2017.3/4	13.8	2.1	7.4	826.5	84.9	22.8
2018.2/4	4.8	1.2	7.7	765.7	83.9	20.5
2018.3/4	3.5	2.0	7.6	814.0	83.0	20.3

주: 1) 전년동기대비 2) 전기대비 /자료=한국은행

반도체 호황… 건설경기 크게 악화

한은, 3분기 기업경영 분석

제조업 매출증가율 6.2%로 올라
건설 중심 비제조업은 감소세 전환

올해 3분기 기업의 성장성이 둔화했다. 반면 수익성과 안정성은 소폭 개선됐다.

한국은행이 13일 발표한 '2018년 3분기 기업경영분석'에 따르면 외부감사대상 법인기업의 매출액증가율은 3.5%로 전분기(4.8%)보다 하락했다.

업종별로 보면 제조업 매출액증가율은 기계·전기전자를 중심으로 증가하면서 2분기 4.3%에서 3분기 6.2%로 올랐다. 반면 비제조업 매출액증가율은 건설업을 중심으로 하락하며 2분기 5.5%에서 3분기 -0.4%로 감소 전환했다.

기업 규모별로는 3분기 대기업 매출액증가율은 4.9%로 전분기(4.6%)에 비해 증가했으나 중소기업은 2분기 +5.7%에서 3분기 -2.4%로 감소 전환했다.

한은 관계자는 "제조업의 경우 반도체를 중심으로 수출이 증가했다"면서 "비제조업은 건설기성액이 크게 감소하며 악화했다"고 설명했다.

총자산증가율도 소폭 감소했다. 외감기업들의 총자산증가율은 2.0%로 지난해 같은 기간 2.1%보다 0.1%포인트 하락했다. 제조업 총자산증가율은 지난해 수준을 유지한 반면 비제조업(1.3→1.0%)과 대기업(2.0→1.8%)은 하락했다. 중소기업은 2분기 2.7%에서 3분기 2.9%로 상승했다.

수익성은 개선됐다. 3분기 매출액영업이익률은 7.6%로 지난해 3분기(7.4%)보다 0.2%포인트 상승했다. 같은 기간 매출액세전순이익률도 6.4에서 7.2%로 증가했다.

업종별로 보면 제조업은 기계·전기전자를 중심으로 영업이익률(9.0→9.7%)과 세전순이익률(8.5→9.1%)이 상승했다. 비제조업은 전기가스를 중심으로 영업이익률(5.1→4.4%)은 하락하고 세전순이익률(3.5→4.2%)은 증가했다.

대기업은 영업이익률(8.0→8.4%)과 세전순이익률(7.0→8.0%)이 상승했으나 중소기업은 영업이익률(4.8→4.1%)과 세전순이익률(4.2→3.5%)이 하락했다.

한은 관계자는 "제조업은 기계·전기·전자에서 유기발광다이오드(OLED) 등 고부가가치 품목의 수출 비중이 늘었다"면서 "비제조업은 원가 상승으로 인한 전력업체 등의 영업이익이 감소했다"고 말했다.

안정성을 나타내는 지표인 부채비율은 83.0%로 2분기(83.9%)보다 0.9%포인트 감소했다. 차입금 의존도도 20.3%로 20.5%에서 0.2%포인트 내렸다.

제조업은 부채비율이 67.1%에서 67.2%로 소폭 상승했으나 차입금의존도는 전기 수준을 유지했다. 비제조업은 부채비율이 115.1%에서 112.6%로 하락했고 차입금의존도도 23.5%에서 23.2%로 내렸다.

/김희주 기자 hj89@

2030년 5G, 생산유발 58조·고용창출 34만명

'5G와 데이터' 컨퍼런스

사회경제적 파급효과 47.8조원
"정부의 선제적 시범사업 확산돼야"

내년 본격적으로 상용화되는 5세대(5G) 이동통신의 사회경제적 파급효과가 2030년 47조8000억원에 달할 것으로 전망됐다.

이런 가운데 5G가 과거 증기기관이나 전기와 맞먹는 기반기술이니만큼 수요 창출을 위한 망 중립성 완화 등 정부 차원의 정책과 선제적 시범사업 확산이 필요하다는 제언이 나왔다. 다만, 실제 사회경제적 가치구현까지는 상당한 시간이 소요될 것으로 보인다.

13일 서울 더케이 호텔에서 열린 '4차 산업혁명과 혁신성장: 5G와 데이터' 컨퍼런스에서 김재경 KT경제경영연구소 상무는 "5G의 성공을 위해서는 장기적으로 열린 시각이 필요하다"며 "5G 수요 창출을 위해 사회문제를 해결하는 등 정부 차원의 선제적 시범사업이 확산돼야 한다"고 말했다.

KT경제경영연구소에 따르면 5G의 사회경제적 파급효과는 2030년 47조8000억원에 달할 것으로 전망된다. 생산유발액은 58조3000억원, 부가가치 유발액은 56조9400억원으로 분석됐다.

이와 함께 고용유발도 34만명에 이를 것으로 보인다.

5G 핵심 기술로는 네트워크 슬라이싱과 엣지 클라우드가 꼽혔다. 네트워크 슬라이싱을 통해 5G의 엑세스·코어·서버 자원을 소프트웨어 방식으로 할당할 수 있고, 기업 간 거래(B2B) 대상의 가상 전용망 운영이 용이해질 것으로 보인다.

엣지 클라우드는 초광대역 서비스 구현을 위해 클라우드를 고객과 단말 근처로 이동해 대기시간을 감소할 수 있다. 이를 통해 가상·증강현실(VR·AR), 홀로그램과 같은 몰입형 서비스를 제공할 수 있다.

정재경 상무는 "5G를 통해 기업과 소비자 간 거래(B2C) 분야에서는 더 많은 디바이스들이 통신모듈 장착할 수밖에 없을 것"이라며 "특히 B2B 에서는 드론, 로봇, 교육 및 게임, 미디어, 스마트팩토리, 자동차 분야에서 다양한 혁신이 일어날 것"이라고 말했다.

KT도 미디어, 커넥티드 카, 스마트팩토리 등에서 B2C와 B2B를 아우르는 기술 개발 및 상용화에 나서고 있다.

다만, 기반기술의 경우 사회경제적 가치구현까지 상당한 시간이 소요된다고 강조했다.

정재경 상무는 "기반기술만으로는 전체 경제 성장의 장을 이끌어낼 수 없다"며 "기술 확산을 위해서는 상생과 협력이 필요하다"고 강조했다.

아울러 그는 "5G 융합서비스 활성화를 위해 네트워크 슬라이싱, 엣지 클라우드 기술의 도입이 불가피하다"며 "이 같은 기술을 도입하기 위해 인터넷 생태계 혁신을 촉진시키는 중장기적 관점의 망 중립성 논의가 지속돼야 한다"고 말했다.

/김나인 기자 silkni@

국제유가 급락… 수출·입물가 동반 하락

수출물가지수 전월 대비 2.3%↓

국제유가가 급락하면서 수출·수입물가가 동반 하락했다.

13일 한국은행이 발표한 '2018년 11월 수출입물가지수'에 따르면 11월 수출물가지수는 86.1로 전월 대비 2.3% 하락했다. 하락 폭은 2016년 4월 2.9% 하락한 이후 가장 컸다. 반면 지난해와 비교하면 0.3% 상승했다.

수출물가는 국제유가와 원·달러 환율이 하락한 가운데 석탄 및 석유제품, 화학제품 등을 중심으로 내렸다. 지난 10월 원·달러 평균환율은 1130.81에서 11월 1128.58로 0.2% 하락했다.

부문별로는 농림수산품이 전월 대비 1.0% 내렸다. 공산품은 석탄 및 석유제품(-15.3%), 화학제품(-3.2%) 등이 내려가면서 전월보다 2.4% 하락했다.

수입물가지수는 87.96으로 전월 대비 4.6% 하락했다. 2015년 1월 이후 최대 하락 폭이다.

한은은 수입물가가 수출물가보다 국제유가 영향을 더 크게 받은 것으로 분석했다. 지난 10월 두바이유가 평균 가격은 배럴당 79.39달러에서 11월 65.56%로 17.4% 급락했다.

9일 서울 시내 한 셀프주유소에서 휘발유를 1376원에 판매하고 있다. /연합뉴스

부문별로 보면 원재료는 광산품(-9.1%)이 내리면서 전월 대비 9.1% 하락했다.

/김희주 기자