

연초부터 또 침대업계 ‘벌벌’

# 썰리 덮친 라돈의 악몽

소비자 불신 확대... 업계 먹구름  
작년 안정성 확인받은 썰리침대  
자체생산 전 판매 끝난 제품서 검출  
검출제품 포함 총 497개 제품 수거



썰리침대 공지 내용.

글로벌 침대 브랜드에서도 라돈이 검출됨에 따라 연초부터 침대에 대한 소비자 불신이 다시 한번 커지고 있다.

지난해 '라돈침대'로 나인이 찍힌 대진침대에 이어 올해엔 썰리침대의 일부 제품에서 라돈이 또 나오면서 업계에 다시 먹구름이 드리우고 있는 모양새다.

14일 관련업계에 따르면 전날 원자력안전위원회는 썰리코리아컴퍼니(썰리침대)가 판매했던 침대 6개 모델, 총 357개 제품에서 '생활주변방사선 안전관리법'이 정한 안전기준(1mSv/y)을 초과한 라돈이 검출돼 수거명령 등 행정조치를 취했다.

원안위에 따르면 이번에 문제가 된 모델은 썰리침대가 2014년 1월부터 2016년 11월까지 생산·판매한 마제스티 디럭스, 시그너스, 페가수스, 벨로체, 호스피탈리티 유로답, 바이올렛 등 6종의 매트리스다.

이들 제품에는 방사능을 방출하는 모나자이트가 섞인 회색 메모리폼이 사용된 것으로 원안위 확인 결과 나타났다.

원안위는 "해당 제품을 표면 2cm 높이에서 매일 10시간씩 사용했을 경우 연간 피폭선량이 1밀리시버트를 초과(1.125~4.436 mSv/y)하는 것으로 확인됐다"고 설명했다.

2008년 국내에 진출한 미국 브랜드 썰리침대는 2016년 11월 당시 경기 여주에 공장을 짓고 가동하기 전에는 주문자상표 부착생산(OEM) 방식으로 국내 중소기업에 제조를 맡겼었다. 이번에 문제가 된

6개 브랜드도 마찬가지다. 다만 여주공장서 제품을 생산하기 시작한 이후엔 더 이상 거래하지 않은 것으로 전해졌다.

썰리침대측은 지난해 상반기 '라돈침대' 문제가 불거지면서 시판 중인 침대에 대해 민간 전문 시험기관과 공공기관을 통해 라돈 성분 테스트를 실시, 기준치보다 낮다는 '안정성'을 확인받은 바 있다.

또 지난해 12월엔 원안위 관계자들이 썰리침대 공장을 직접 방문해 생산하고 있는 제품과 원자재를 대상으로 라돈 검출량을 측정한 결과에서도 라돈이 기준치 이상 검출된 제품은 없었다.

이번에 문제가 된 제품들은 자체 생산 이전 것으로 판매가 모두 끝난 상태여서 지난해 내·외부 측정 리스트에선 제외됐다. 그러다 관련 제품을 쓰고 있는 소비자의 제보로 원안위 검사까지 이어진 것으로 전해졌다.

썰리침대 관계자는 "라돈이 검출된 제품들 외에도 회색 메모리폼을 사용했지만 안전기준을 초과하지 않은 1종 모델(알레그로)과 회색 메모리폼 사용 여부에 대해 확인이 어려운 칸나, 모렌도 2종 모델 등 총 3종 140개 제품도 자발적 리

콜 대상에 포함시켜 회수할 방침"이라고 설명했다.

이에 따라 썰리침대가 수거기로 한 제품은 라돈이 검출된 제품 357개, 그렇지 않은 제품 140개 등 총 497개다.

이번에 문제가 된 썰리침대는 1881년 미국 텍사스 썰리마에서 설립돼 140년에 가까운 역사를 갖고 있는 글로벌 회사다. 2010년엔 템퍼 썰리인터내셔널로 재탄생하며 북미지역에서 1위를 지키고 있다. 고급 매트리스 브랜드인 템퍼도 같은 계열이다.

지난해 불거진 대진침대 사태가 재가시기 전에 연초부터 썰리침대가 다시 라돈 공포의 불을 당기고 있는 것이다.

라돈침대로 폐업 위기에 몰린 대진침대는 지난해 12월24일 자사 홈페이지에 원안위가 수거 명령한 모든 매트리스 제품에 대한 교환 업무를 무기한 중단한다고 공지했다. 회사가 보유하고 있는 현금성 자산이 소진된데다, 임직원들까지 대부분 퇴사해 교환할 수 있는 인력이 없다는 이유 때문이다. 그러면서 회사측은 언제 재개할지도 알 수 없다고 덧붙였다.

대진침대 피해자라고 밝힌 한 네티즌은 청와대 국민청원 홈페이지에 올린 글에서 "보상은 커녕 매트리스 교환조차 받지 못해 민사소송이 유일한 방법인데 이마저 피해자들이 금전적 부담을 져야한다"면서 "정부가 대진침대 피해자들에 대한 전반적인 전수조사를 진행해야한다"고 강조했다.

한편 지난해 토퍼 제품에서 라돈이 검출돼 수거에 나섰던 까사미아는 관련 제품에 대해 현재까지 100% 환불을 끝낸 것으로 전해졌다.

까사미아가 2011년 당시 CJ오쇼핑에서 '까사온 메모텍스'라는 이름으로 판매했던 토퍼는 총 1만2395개에 달했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr



LPGA골프(왼쪽), 힐크릭 화보.

/각사

## 비수기 공략! 매장 확대 나서 몸집 키우는 '골프웨어' 시장

시장 규모 올해 4조원대 넘어설 듯

패션업계 불황에도 브랜드 수 증가

국내 골프웨어 업계가 다각도의 생존 전략을 구축하고 나섰다. 골프웨어 시장의 규모가 매년 커지고 있는 만큼, 경쟁 우위를 선점하기 위한 움직임도 치열하다.

14일 업계에 따르면 국내 골프웨어 시장은 매년 꾸준히 1000~3000억원 규모의 성장을 이어가고 있다. 2010년만 해도 1조5000억원 규모였지만, 지난해 3조원을 넘어선 데 이어 올해는 4조원대를 넘어설 것으로 업계는 보고 있다.

골프웨어 시장은 골프인구의 증감에 따라 좌우된다. 대한골프협회의 '2017년 한국골프지표'에 따르면 골프 참여 인구는 2007년 275만 명에서 2017년 761만 명으로 늘었다. 지난 10년간 골프인구가 꾸준히 증가하면서, 골프웨어 시장도 함께 커진 셈이다.

패션업계가 전반적으로 불황을 벗어 나지 못하는 가운데, 골프웨어의 꾸준한 성장세는 주목할 만하다. 그러나 브랜드가 100여 개를 넘어가고, 환경마저 급변하면서 우려의 목소리도 흘러 나온다.

이에 따라 골프웨어 업체들은 차별화된 전략으로 승부수를 띄우고 있다. 비수기를 공략하거나, 새로운 라인을 강화하는 등 활발한 움직임이 있을 것으로 전망된다.

지난해 연매출 1100억원을 기록한 골프웨어 와이드앵글은 올해 매출 목표를 1400억원으로 잡았다. 매장수는 현재 195개점에서 올해 말까지 215개점으로 확대한다는 계획이다.

와이드앵글은 비수기 공략, 소비자 참여 프로모션 강화, 온라인 마케팅 비중 확대 등을 올 한 해 전략으로 내세웠다. 비수기인 여름 시즌을 적극 공략하는 '역발상'으로 고객 유입을 이끌겠다는 계획이다.

한세엠케이의 골프웨어 브랜드 LPG A 골프웨어는 올해 매출 목표를 250억원으로 잡았다. 매장은 65개점을 더 늘린다는 계획이다.

LPGA골프웨어는 '프로들이 선택한 LPGA골프웨어'란 슬로건 아래 가능성을 줄곧 강조해왔으나, 올해는 기능성에 '디자인'을 겸비한 퍼포먼스 골프웨어로 브랜드 구축에 나선다.

LPGA골프웨어 측은 "2019년 S/S 시즌부터 공개되는 제품들은 기존 봉제 기법과 다른 무봉제 기법을 적용해 과감한 절개 라인과 인체공학적 패턴을 적용해 입었을 때 착용감이 한층 뛰어나다"며 "백투더오리진(BACK TO THE ORIGIN) 라인을 새로이 선보이며 LPG의 로고에 있는 레드, 옐로우, 그린, 블루 4색을 활용해 브랜드의 오리지널리티를 강조한 다양한 제품을 선보일 예정이다"고 말했다.

매장 확대에 나선 업체들도 있다. 링스는 연말까지 120개점 구축을 목표로 하고 유통, 물량을 확대한다. 블랙야크가 전개하는 골프웨어 브랜드 힐크릭은 매장 확대와 남성 라인 강화에 나선다.

현재 힐크릭 매장 수는 27개이며, 올해는 추가로 35~40개 매장을 확보하는 것을 목표로 하고 있다.

/김민서 기자 min0812@



와이드앵글 2019년 S/S 신제품.

/와이드앵글

### '뜨거운 감자' 비상장 벤처 차등의결권

## 경영학계는 호평... 대기업 확산은 "아직"

美·英 등 주요 선진국서 도입

경영진 제어 방법없어 신중해야



지난달 7일 문재인 대통령이 오후 청와대에서 열린 혁신벤처기업인 간담회에서 참석자들과 얘기를 나누고 있다.

'뜨거운 감자'로 떠오른 더불어민주당의 비상장 벤처기업 대상 '차등의결권' 도입 추진에 대해 경영학계는 긍정적으로 평가했다. 다만 적용할 경우 경영진을 제어할 방법이 없기 때문에 신중해야 한다는 제언이다.

한국은행 금융통화위원회 위원을 지낸 강명현 단국대 경제학과 교수는 14일 본지와 통화에서 "비상장 벤처기업에 차등의결권을 적용하는 것은 초기단계 기업의 경영권을 보장해준다는 측면에서 바람직하다"며 민주당이 예고한 상법 개정안 추진에 대해 호평했다.

강 교수는 또 "창업하는 벤처기업에 제도를 적용하는 것은 회사가 커져가나 상장했을 때를 대비해 일종의 인센티브를 주는 것"이라고 전했다.

차등의결권은 경영진·최대주주가 보유한 지분율보다 더 많은 의결권을 갖도록 하는 제도다. 창립자·총수 등 대주주가 경영권 유지나 적대적 인수·합병(M&A)을 방지하는데 사용할 수 있도록 특정

한 주식에 더 많은 의결권을 부여하는 것이다. 현재 국내 대기업이 경영권 방어를 위해 정부·정치권에 요구하는 법안 중 하나다.

앞서 조정식 민주당 정책위의장은 지난 10일 국회 기자 간담회에서 "차등의결권은 혁신기술 벤처기업의 성장을 돕는 사다리가 될 것"이라며 "대기업에까지 확산하는 것에는 걱정과 우려가 있어 기본적으로 비상장 벤처기업으로 제한할 생각"이라고 발표한 바 있다.

외국의 경우 미국·영국·홍콩·싱가포르 등 주요 선진국은 이미 차등의결권제도를 도입했다. 오태완 한국투자증권 연구

원에 따르면 미국의 차등의결권 시장은 신규상장기업의 15% 이상이 차등의결권 주식을 보유하고 있을 정도다. 예로 자동차 기업 '포드' 가문은 주당 16개의 의결권을 가지는 차등의결권 주식을 활용해 7% 지분으로 40% 규모의 의결권을 행사한다. 페이스북 창립자 마크 저커버그도 이 제도를 활용해 28% 지분으로 반수 이상의 의결권을 행사한다.

위정현 중앙대 경영학부 교수도 여당 발표에 대해 "회사가 커질수록 결국 주식은 희석된다"며 "비상장 벤처기업에만 차등의결권을 도입하는 것은 옳다"고 평가했다.

/식대성 기자 bigstar@

### KGC인삼공사 동인비 '마스크 인 러브' 프로모션

KGC인삼공사의 프리미엄 홍삼화장품 '동인비'가 2월 15일부터 3월 17일까지 '마스크 인 러브(MASK IN LOVE)' 프로모션을 진행한다고 14일 밝혔다.

이번 프로모션은 다가오는 봄을 준비하는 소중한 나·가족·친구·연인을 위해 마련됐으며, 동인비 '미 마스크 스틱 5종(파워리페어, 뉴트리션, 바이탈, 하이드로, 브라이팅)' 또는 동인비 메인 에센스 제품(1899오일캡슐세럼, 진·자생·윤·담·설 에센스) 구매 시 동인비 제품을 추가 증정한다.

'미 마스크 스틱 5종' 구매 시 '자생원

액에센스(미니)'를 증정하며, '1899오일캡슐세럼' 또는 '진 에센스' 구매 시 '미 마스크 스틱(바이탈)' 2매와 동인비 캔들 및 디퓨저를 증정한다.

이와 함께 '자생·윤·담·설 에센스' 구매 시, '미 마스크 스틱(바이탈)' 1매와 동인비 캔들을 증정한다.

'미 마스크 스틱 5종'은 다양한 피부 고민을 해결해주는 맞춤형 집중케어 마스크 라인으로 탄력과 영양, 생기, 미백, 수분 기능 중 자신의 피부 상태에 꼭 필요한 기능을 선택하여 사용할 수 있는 제품이다.

/박인용 기자 parkiu7854@