

# 과거방식 버려라 ... 오프점포 폐쇄, 온라인 혁신 사활

(부실)

## 2020 유통 만형들의 경영전략

### 1 롯데쇼핑

최근 몇년새 온라인 쇼핑이 급성장함에 따라 오프라인 유통 기업들이 부진한 성적을 기록하고 있다. 이에 주요 기업들은 초심으로 돌아가 “고객”에게서 답을 찾고 있다. 이를 위해 지난해 과감한 조직 개편과 인사 등을 통해 “이익을 내는 내실형 사업구조”로 신속히 전환하기 시작했다. 메트로신문은 유통 만형들의 2020 경영 전략을 짚어봤다. (편집자주)

롯데그룹은 2020년 생존을 위한 슬로건으로 ‘게임 체인저’를 내걸었다. 신동빈 롯데그룹 회장의 지휘 하에 조직개편과 세대교체로 현재 마주한 유통 위기를 돌파하겠다는 것이다.

신 회장은 올초 VCM(옛 사장단 회의)에서 변화에 대한 의지를 다졌다. 신 회장은 “현재와 같은 변화의 시대에 과거의 성공 방식은 더 이상 유효하지 않다”며 “기존의 성공 스토리와 위기 극복 사례, 관성적인 업무 등은 모두 버리고 우리 스스로 새로운 시장의 판을 짜는 게임 체인저가 되자”고 강조했다.

앞서 롯데는 그룹의 지속적인 성장과

조직개편·세대교체로 위기돌파 50대 최고경영자·신규 임원 발탁 소비자 취향 맞춰 온라인 최적화

사회적 가치를 창출할 수 있는 새로운 성장동력을 확보하고자 조직개편을 실시했다.

2019년 말 성과주의에 기반한 인사를 진행했으며 50대 중반 최고경영자를 대거 선임하고 젊은 대표와 신입 임원을 적극 발탁하는 등 인사쇄신을 통한 그룹 체질 개선에 나섰다.

실제로 롯데그룹 유통비즈니스유닛(BU) 산하 5개 사업마다 대표가 있던 체제를 버리고 강희태 부회장 단독지휘 체제를 수립해 경영 속도를 높였다. 롯데쇼핑은 백화점·마트 등이 따로 가지고 있던 기획·전략·재무·인사 등 본부 업무를 하나로 통합해 ‘롯데쇼핑HQ’라는 조직을 신설했다.

조직개편으로 롯데쇼핑은 미래 성장 전략을 효과적으로 수립하고 의사결정 단계 축소를 통한 빠른 실행력을 확보하여 급변하는 시장환경 속 유통 분야의 혁신을 이뤄내겠다는 것이다.

롯데그룹 유통부문은 올해 대대적인 오프라인 몸집줄이기에 나선다. 반면 온라인 사업은 확대한다.

롯데쇼핑은 지난 2015년 29조1277억원이던 매출이 2016년 22조9760억원,



강희태 롯데 유통BU장 부회장

2017년 17조9261억원, 2018년 17조8208억원으로 꾸준히 감소해왔다. 이익 구조역시 당기순이익은 2017년 -206억원, 2018년 -4650억원으로 이미 적자구조로 돌아선 지 오래다.

최근에는 한-중 관계에 있어 훈풍이 부는 듯 했으나 신종 코로나바이러스 감염증(신종 코로나) 사태를 직면하면서 위기를 맞았다.

롯데쇼핑은 마트의 경쟁력 회복이 어려울 것으로 판단, 실적이 부진한 점포는 과감히 정리하고 백화점은 리뉴얼을 통해 변화를 꾀한다는 전략이다.

동시에 온라인 역량 강화에 집중 투자할 예정이다.

그 첫번째로 올 상반기 롯데그룹의 새로운 쇼핑앱(App)인 ‘롯데ON’을 선보인다. 기존에 계열사별로 운영하던 7개사(롯데백화점 롯데마트 롯데닷컴



롯데백화점 본점

/롯데쇼핑

데슈퍼 롭스 롯데홈쇼핑 롯데하이마트) 온라인몰 상품을 롯데ON에서 한데 모아 선보인다.

이미 지난해부터 롯데 고객은 하나의 아이디로 7개사 개별 앱에 로그인할 수 있다. 여기에 상품 데이터베이스(DB)를 통합해 기존보다 훨씬 고도화된 검색 결과를 얻을 수 있다.

또한, 롯데쇼핑은 RPA(로봇프로세스 자동화)에 AI를 결합한 고도화된 솔루션을 조만간 선보일 예정이다.

앞서 롯데쇼핑은 자사 임직원 가족과 VIP 고객을 대상으로 AI 스피커 ‘샬롯홈(Charlotte Home)’을 선보였다. 이는 테스트 베드 시장에서 실제 소비자와 맞닿아지며 최적화 과정을 거치려는 목적이다.

샬롯홈은 AI 스피커에 보이는 화면이 달려있는 형식으로 롯데백화점을

비롯, 롯데슈퍼와 롯데홈쇼핑 그리고 롯데리아가 판매하고 있는 상품과 서비스는 모두 주문 및 이용이 가능하다.

터치스크린과 보이스스피커가 동시에 작동하기 때문에 정확도 면에서도 타 기기와 비교 우위에 있다. 빠르면 상반기 내, 롯데시네마 예매기능도 추가 접목될 예정이다.

샬롯홈은 내부 및 VIP 고객을 필두로 보급되어 이들이 가장 필요로 하고 선호하는 방식을 기반으로 개선될 예정이다. 오프라인에서 축적된 데이터를 기반으로 샬롯홈이 롯데의 유통 콘텐츠 뿐 아니라 비유통 계열의 다채로운 서비스까지, 소비자 개인 취향에 맞춰 제대로 구현할 수 있도록 최적화시킨다는 복안이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 순이익 급감에도 배당 못 줄이는 상장사 행동주의 기관·펀드 증가 ... 주주권 행사 대응

배당 전년수준 유지하거나 증가  
평균배당성장률 21.7%→36.2%

국내 상장사들이 순이익 급감에도 배당은 크게 줄이지 않은 것으로 나타났다. 기업들의 주주환원이 강화됐다는 평가가 나온다.

9일 금융정보업체 에프앤가이드에 따르면 지금까지 작년 결산배당과 순이익을 발표한 137개 상장사의 2019사업연도 현금배당 합계(중간배당 포함)는 21조3175억원으로 전년 배당금 합계(22조171억원)보다 3.18% 줄었다.

이에 비해 이들 상장사의 작년 연결 기준 순이익 합계는 58조8838억원으로 전년(101조4천740억원)보다 41.97% 격감해 배당금 감소율을 크게 웃돌았다.

이에 따라 이들 기업의 순이익 합계 대비 배당금 합계의 비율인 평균 배당 성향은 2018년 21.70%에서 작년 36.20%로 14.51%포인트나 상승했다. 배당성향은 기업이 주주에게 이익을 얼마나 돌려주는지를 보여주는 대표적인 지표다.

이처럼 배당성향이 급상승한 가운데 순이익이 줄었는데도 배당을 전년 수준으로 유지하거나 오히려 늘린 기업들도 적지 않았다.

SK텔레콤은 작년 순이익이 8619억원으로 전년보다 72.48% 급감했으나, 배당은 7301억원으로 1.76% 늘었다.

네이버는 순이익은 3968억원으로 36.81% 줄었지만, 배당은 547억원으로 19.14% 늘리고 자사주 982억원어치

(55만주) 소각까지 발표했다.

금호석유, 삼성전기, GS건설, KT, 현대백화점 등도 순이익 감소에도 배당 증가를 선택했다.

부광약품의 경우 순이익이 2018년 1457억원 흑자에서 작년 73억원 적자로 전환했으나, 배당은 2018년 98억원에서 작년 122억원으로 오히려 24.72% 늘었다. 또 24개사는 순이익 감소(적자전환 포함)에도 전년과 같은 금액을 배당했다.

삼성전자는 작년 순이익이 21조7389억원으로 전년(44조3천449억원)보다 50.98% 줄었지만, 연간 배당금은 9조6192억원으로 전년과 동일하게 유지했다. 삼성물산(-40.06%), 삼성생명(-39.34%), 삼성SDI(-45.99%) 등 삼성그룹 내 다른 주요 계열사들도 순이익이 40%가량 급감했으나, 배당금은 전년과 같았다.

SK네트웍스는 2018년 77억원 흑자였던 순이익이 작년 1220억원의 대폭 적자로 돌아섰지만, 배당금은 289억원 그대로 유지했다.

이처럼 기업들이 어려워진 지갑 사정에도 배당을 줄이지 않는 것은 국민연금 등 기관들의 잇따른 스튜어디십(수탁자 책임 원칙) 채택과 행동주의 기관·펀드 증가 등에 따른 주주권 행사 확대 추세에 대응하기 위한 것으로 보인다.

특히 국민연금은 작년 말 채택한 적극적 주주활동 가이드라인에서 배당성향이 낮고 합리적인 배당정책이 없거나 해당 정책을 준수하지 않는 기업 등을 중점관리사안으로 선정해 관리를 강화하기로 했다. /연합뉴스

## 관행, 이번엔 평가대상... 인력부족 기업 ‘빨간불’

>> 1면 ‘지정 감사제로...’서 계속

### ◆회계법인, 상장사 고강도 감사

금감원은 지난해말 2020년 외부감사인 지정회사를 선정해 회사와 회계법인에 각각 사전 통지했다. 주기적 지정대상 220개사와 직권 지정대상 635개사 등 총 855개사다.

업계 관계자는 “그동안 많은 상장사가 입맛에 맞게 회계법인을 선임해 왔지만 이번을 마지막으로 내년 감사 대부분은 지정 회계법인에 넘어갈 것”이라고 했다.

회계법인은 이전보다 까다로운 감사를 할 수밖에 없다. 국내 한 회계법인 대표는 “안일하게 감사를 했다간 내년에 전기결산을 확인한 지정 회계사에게 꼬투리를 잡힐 수 있다”며 “그렇게 되면 회계법인 이미지에 큰 타격”이라고 말했다.

어차피 올해 감사 결과와 관계없이 해당 기업과 재계약을 하지 못하는 상황에서 교체될 회계법인으로부터 내년엔 문책당할 수 있다는 부담감을 안게 됐다는 설명이다.

기업 사이에선 “회사의 자유 선임은 사실상 6년이 아니라 5년”이라는 얘기가 들린다. 그만큼 상장사들로선 회계감사가 심각한 부담으로 다가오게 됐다. 관행처럼 넘어갔던 부분이 이번 감사에선 평가 대상이 되기 때문이다.

다음달 감사보고서를 제출해야 하는 한 코스닥 상장사 재무팀 관계자는 “준

비한 자료 외에도 추가적인 검증을 위해 다른 서류를 요구한다”고 토로했다. 그는 회계법인 측과 연구·개발(R&D) 비용의 처리 문제에 대해서도 의견 차이를 겪고 있다고 귀띔했다.

상대적으로 부족한 인력을 갖춘 중소기업엔 빨간불이 켜졌다. 상장사 관계자는 “비적정 의견을 받는 코스닥 상장사가 꽤 많아질 것으로 본다”고 예상했다. 감사를 받기 위한 준비를 하는 과정

### 내년 감사 대부분 지정 회계법인으로 비적정 의견 받는 코스닥 상장사 늘것 금융당국 “한국거래소 차원 정보공유”

에서 내부 감사부서도 없을뿐더러 부족한 인력 때문에 적절히 대응할 수 없다는 이유에서다. 한국공인회계사회 관계자는 “중소기업 회계역량 강화를 위해 ‘회계 투명성 지원센터’를 운영하고 있다”며 “회계감사 환경변화에 적응하기 위해 노력하고 있는 중소기업에 실질적인 도움이 될 수 있을 것”이라고 조언했다.

### ◆금융당국 “회계 개혁 위한 건강한 성장통”

기업들의 반발에도 금융당국은 단호한 태도다. 엄격하고 투명한 외부감사가 시장에 자리 잡는 첫 단계라고 거듭 강조했다. 금융위 관계자는 “까다로운

외부감사로 비적정 의견을 받는 기업이 발생하는 것은 회계 개혁을 위한 첫 단계”라고 했다.

그러면서 “그동안 관행처럼 되풀이돼왔던 부실 감사를 뿌리 뽑는 과정에서 의 성장통”이라며 “선의의 피해기업이 생기지 않도록 한국거래소 차원의 모니터링과 함께 정보 공유를 위해 힘쓰고 있다”고 밝혔다.

이러한 목소리는 회계법인 쪽에도 터져 나왔다. 한 대형 회계법인 관계자는 “기업들과 계약을 연장하기 위해 정말 문제가 되는 부분이 아니라면 적정을 받기 위한 방향으로 유도를 했던 것이 관행이었다”고 회상했다. 그는 “일련의 사건으로 추락한 회계 신뢰도를 높일 수 있는 계기가 되길 바란다”고 했다.

한국공인회계사회 측은 “기업들은 피곤해졌지만 감사품질을 높인다는 측면에서 투자자들의 권익을 보호하는 것”이라고 말했다.

한국거래소 관계자는 “결산 시즌에는 예상치 못한 투자 손실이 발생할 수 있으므로 경영 안정성이 미흡하거나 재무상태가 좋지 않은 기업에 투자할 경우 투자자의 각별한 주의가 필요하다”고 경고했다.

한편 교체될 회계법인과 이전 회계법인의 갈등을 예방해야 한다는 목소리도 있다. 이만우 고려대 경영대 교수는 “한참 지난 감사조서를 가지고 사후적으로 문책하는 것은 불합리하다” 지적했다.

/송태화 기자 avin@