‘테진아’ 흥행타고 하이트진로 독주… 애타는 오비·롯데

〈테라+진로이즈백〉

판도 흔들리는 주류시장

하이트진로 4분기 매출 5586억 영업익 327억, 전년比 85.5% ⬆ 영화 ‘기생충’ 속 필라이트 주목

롯데칠성 4분기 매출 적자전환 **오비맥주** 전용잔 패키지 출시 등 ‘OB라거 랄라베어’ 활용 마케팅

(왼쪽부터) 하이트진로 ‘테라’, ‘진로이즈백’, 오비맥주 ‘OB라거’, 롯데칠성 ‘클라우드’, ‘피츠 수퍼클리어’, ‘처음처럼’ /각 사

주류시장이 요동치고 있다. 하이트진로의 ‘필사즉생’ 각오가 통했다. 맥주 ‘테라’와 소주 ‘진로이즈백’의 성공으로 독주를 지속하며 맥주 시장 왕좌 재탈환, 소주 시장 1위 굳히기를 목전에 두고 있어서다.

17일 업계에 따르면 하이트진로는 지난해 매출액 2조351억 원, 영업이익 882억 원을 기록했다. 이는 전년 같은 기간 대비 각각 7.9% 증가, 2.4% 감소한 수치다. 4분기 실적은 매출액 5586억 원으로 전년 대비 18.4% 성장했으며, 영업이익은 327억 원으로 전년 대비 85.5% 고성장을 기록했다.

하이트진로의 고른 매출 상승에는 ‘테슬라(테라+참이슬)’, ‘테진아(테라+진로이즈백)’ 등 소주와 함께 섞어 마시는 문화가 한몫했다.

테라는 지난해 3월 출시 후 한 달 만에 1억 병, 10개월 만인 지난 1월 5억 병 판매를 돌파했다. 진로이즈백또한 출시 7개월 만에 누적 판매량 1억 병을 돌파하며 시장에서 인기몰이하고 있다. 특히 맥주 시장에서는 올해 점유율을 40%까지 끌어올리며 2011년 1위를 오비맥주에 빼앗긴 후 8년 만에 왕좌 재탈환 기회를 잡았다.

여기에 영화 ‘기생충’이 오스카 4관왕에 오르며 등장인물들이 마셨던 ‘필라이트’도 다시 한번 주목을 받았다. 필라이트는 국내 출시 2년 6개월 만에 7억 캔 누적 판매를 돌파했다. 제92회 아카데미 시상식 직후인 이달 10일~11일 GS25에서 필라이트 500㎖의 매출은 21.4% 증가한 것으로 조사됐다.

하이트진로의 무서운 독주 속 롯데칠성과 오비맥주는 저마다의 전략을 펼치며 점유율 지키기에 나섰다. 그러나 트렌드에 부응하는 신제품 없이 단순한 광고비 지출로는 장기적인 점유율 반등을 기대할 수 없다는 게 업계 중론이다.

롯데칠성은 주류 부문 부진으로 지난해 4분기 적자 전환했다. 지난해 4분기 매출액은 5200억 원, 영업손실 69억 원을 기록해 매출은 전년보다 6.2% 줄었고 영업이익은 적자로 돌아섰다.

이는 지난해 3분기부터 이어지고 있는 불매운동에 ‘처음처럼’이 타깃으로 오른 영향이 컸다. 4분기 소주 매출은 24%가량 감소했다. 맥주 시장 점유율도 10% 이하로 떨어진 것으로 알려졌다.

올해 롯데칠성은 롯데칠성음료 내 음료와 주류의 각 부문 2인 각자 대표 체제에서 음료 부문 이영구 대표가 총괄 1인 대표로 선임되며 사업구조를 재편했다. 음료와 주류에서 시너지 효과를 창출하겠다는 것이다.

소주는 ‘처음처럼’ 도수를 17도에서 16.9도로 낮췄다. 최근 저도주 트렌드가 이어지고 16.9도의 진로이즈백이 흥행에 성공하며 롯데칠성도 발을 맞추기로 한 것으로 풀이된다. 이와 함께 맥주는 ‘클라우드’와 ‘피츠 수퍼클리어’ 병맥주, 생맥주 출고가를 인하하면서 점유율 방어에 나섰다.

오비맥주는 뉴트로(Newtro) 트렌드를 반영한 ‘OB라거 랄라베어’를 활용한 마케팅을 강화하고 있다. 전국 대형마트에서 전용 잔 패키지를 한정 출시하고 이달부터 전국 주요 상권에서 ‘카카오톡 이모티콘 증정 이벤트’를 진행하는 한편, 대표 브랜드 ‘카스’를 앞세운 이색 디지털 콘텐츠 마케팅 ‘별자리 운세’로 젊은 층의 호응을 끌어내고 있다.

또 올해 1월 새 수장으로 임명된 벤 베르하르트 사장의 한글 이름(배하준)을 공개하며 2014년부터 3대째 신임 외국인 사장에게 한국식 이름을 지어줘 현지화 소통에 적극적으로 나서는 행보도 보인다. 파트너사와 직접적인 접촉이 많은 만큼 한글 이름을 통한 친근감을 강조한다는 전략이다.

업계 관계자는 “하이트진로는 뉴트로 콘셉트를 선보일 만한 소주 제품이 존재했고 여기에 ‘테라’가 성공하며 자존심 회복에 성공했다. 오비맥주는 ‘OB라거’를 내세운 마케팅이 젊은 층에서 호응을 얻고 있으나 점유율 방어에는 다소 부족하다”면서 “롯데칠성은 제품 역사가 비교적 짧은 데다가 클라우드와 야심 차게 선보였던 피츠에서도 기대만큼 매출이 나오지 않고 있는 상황”이라고 말했다.

/김민지 기자 kmj@metroseoul.co.kr

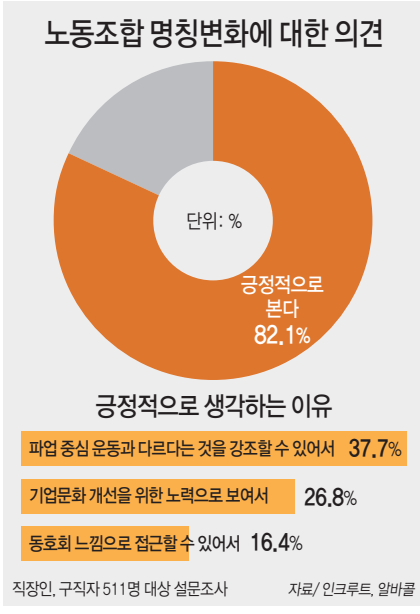
‘노동 대신 길드’ 직장인 82% “명칭변경 원해”

511명 대상 ‘노조명칭’ 의견 조사
‘부정적으로 본다’는 17.9% 불과

일부 정보기술(IT)업체들이 노동조합 명칭에서 ‘노동’을 빼는 것에 대해 직장인 10명 중 8명은 긍정적으로 보는 것으로 나타났다. 파업 중심의 기존 노조문화와 차별화되고 기업문화 개선 의지가 느껴진다고 보는 직장인이 많았다.

17일 인크루트와 알바콜이 지난달 10일~26일까지 직장인과 구직자 511명을 대상으로 기업 노동조합 명칭에서 ‘노동’을 빼는 것에 대해 찬반 의견을 물은 결과, 82.1%는 ‘긍정적으로 본다’고 답했다. ‘부정적으로 본다’는 17.9%에 그쳤다.

최근 게임업체 넥슨과 스마일게이트 노조는 각각 노조 명칭으로 ‘스타팅포인트’, ‘SG길드’를 사용하기로 했다. 네이버 노조도 정식 명칭은 ‘민주노총 전국화학섬유노조 네이버지회’지만 별칭인 ‘네이버 공동성명’이 더 널리 쓰인다.



노조 이름에서 노동을 빼는 것에 긍정적인 이유로는 ‘파업 중심의 기존 노동운동과 다르다는 것을 강조할 수 있어서’(37.7%)가 가장 많이 꼽혔다. 이어 ‘기업문화 개선을 위한 노력이 전해져서’(26.8%), ‘동호회 느낌으로 접근할 수 있을 것 같아서’(16.4%), ‘그냥 노조라는 말이 싫어서’(9.8%), ‘다른 사람에게 노조 조합원이라고 말을 하는 게 싫어서’(8.7%) 등이었다.

노조에서 노동을 빼지 않아도 된다고 보는 이유로는 ‘굳이 이름을 바꿀 필요가 없는 것 같아서’(36.7%), ‘노동이라는 말이 빠지면 근로조건을 향상한다는 목적성이 분명하지 않아 보여서’(30.5%), ‘노조라는 이름을 써야 협상 시 무게감을 가질 수 있을 것 같아서’(17.2%), ‘조합원들간의 연대감, 소속감이 덜 전해 질 것 같아서’(9.4%) 등이었다.

한편 최근 68년 만에 삼성화재 노조가 출범했다. 이와 관련 노조 가입 의사를 물은 결과 51.8%는 이미 가입했거나 가입의사가 있다고 했고, 37.0%는 가입의사가 없다고 답했다.

이미 가입했거나 가입 의사가 있는 경우 그 이유로는 ‘근로조건 향상에 대한 기대’(68.0%)가 가장 많았다. 이어 ‘회사 내 유대감을 형성하기 위해서’(16.7%), ‘조합원으로부터 가입을 독려받았기 때문에’(5.6%), ‘노조 활동을 해야 인사, 승진 등에 유리하다고 들어서’(4.6%) 등의 가입이유가 이어졌다.

/한용수 기자 hys@

서울 중구 한진그룹 본사 /연합뉴스

한진칼 ‘캐스팅보트’ 역할

국민연금 수탁자책임委 이번주 출범

전문위별로 각각 위원 9명

조원태 한진그룹 회장과 조현아 전 대한항공 부사장의 경영권 분쟁에서 국민연금의 주주권행사 전권을 쥔 수탁자책임위원회가 이번주 본격 활동에 나선다.

국민연금기금운용위원회(기금위)는 올해 제 2차 회의를 열어 ‘2020년도 국민연금 기금운용계획변경(안)’을 심의, 의결했다고 17일 밝혔다. 이 방안은 앞으로 설치되는 상근 전문위원과 지원인력 규모, 보수 등 인건비, 전문위원회 운영 비용 및 사무공간 설치 등에 들어가는 공사비 등 필요한 예산(약 13억 원)을 확정하는 내용을 담고 있다.

해당 방안에 따라 기금위 산하에 투자정책전문위원회, 수탁자책임전문위원, 위험관리·성과보상전문위원회 등 3개의 전문위원회를 설치해 전문위별로 각각 9명의 전문위원을 둔다. 특히 금융·경제·자산운용·법률·연금제도 등 분야에서 5년 이상 경력을 갖춘 전문가를 가입자단체(근로자·사용자·지역가입자) 1명씩 추천으로 3명의 상근 전문위원을 임명해 상시 운영체제를 구축한다.

이들 3명의 상근 전문위원은 3개 전문위에 공동 참가해 각 전문위에서 위원장 역할을 하면서 보건복지부 장관, 정부위원 5명, 민간위원 14명(사용자 대표 3명, 노동자 대표 3명, 지역가입자 대표 6명, 전문가 2명) 등 총 20명으로 구성된 기금위의 전문성을 보좌한다. 기금위는 특히 이들 상근전문위원 3명은 더욱 원활하게 활동할 수 있게 별도의 지원인력 6명을 채용할 수 있게 했다.

지원인력은 상근 전문위원을 전문적으로 보좌할 수 잇도록 금융·경제 등 관련 분야 박사급 인력을 채용할 예정이며, 상근전문위원과 동일하게 민간 신분을 보장한다. 3개 전문위는 이번주 중으로 닻을 올리고 본격적으로 활동하게 된다. 3개 전문위 중에서 특히 수탁자책임전문위는 국민연금의 의결권 행사 방향을 논의해 정할 수 있는 전권을 쥐고 있는데, 오는 3월 말 열리는 한진칼 주총안건 의결권 행사도 수탁자책임위가 결정할 가능성이 높은 것으로 전해졌다.

/김수지 기자 sjkim2935@

NHN고도, 샵바이·고도몰5 물류 강화

NHN godo: × CJ 대한통운

CJ대한통운 등과 순차적 제휴

NHN의 커머스자회사인 NHN고도가 1인 마켓 브랜드 ‘샵바이’와 중소형 쇼핑몰 대상 솔루션 ‘고도몰5’의 물류 서비스 강화에 나선다. CJ대한통운, FSS, 마타주, GS25 편의점 택배 등 물류 서비스 기업과의 순차적 제휴를 통해 회원사들의 물류 프로세스를 간소화하고 판매에 집중할 수 있는 환경을 제공한다는 계획이다.

NHN고도는 지난달 CJ대한통운과 제휴를 맺고 고도몰5 솔루션에 ‘CJ대한통운 택배 연동 서비스’를 시작했다고 17일 밝혔다.

‘고도몰5’ 솔루션에서 발생한 쇼핑몰 주문건을 CJ대한통운 시스템으로 전송해주는 서비스다. 배송처리 시 CJ대한통운 시스템에서 발급된 송장번호 및 배송정보 상태가 고도몰5로 자동 전송된다.

별도의 연동 서비스 이용료가 없어 고도몰5 부가서비스 페이지에서 CJ대한통운 택배계약만 체결하면 누구나 무료로 이용할 수 있다.

/김나인 기자 silkni@