

# 현대중, MS와 손잡고 스마트선박 등 디지털전환 가속

1년간 비즈니스 고도화 등 협업 올해는 실질적인 성과 창출 노력 유연한 디지털 기술 확보에 초점

마이크로소프트와 현대중공업이 전략적 파트너십을 통해 제조 산업의 디지털 트랜스포메이션에 속도를 낸다고 22일 밝혔다.

양사는 지난해 5월 업무협약을 체결하고, 마이크로소프트 클라우드 서비스 애저(Azure) 및 업무 협업 플랫폼 마이크로소프트 365 등 AI를 기반으로 하는 비즈니스 고도화를 함께 진행해왔다.

올해는 지난 1년간의 협력결과를 바탕으로 각 영역별로 계획된 모든 업무



현대중공업 김태환 최고 디지털 책임자(CDO·ICT혁신센터장, 왼쪽)와 한국마이크로소프트 김원태 엔터프라이즈 글로벌 사업부 전무가 디지털전환을 위한 업무협약을 체결한 뒤 기념촬영하고 있다. /마이크로소프트

에 최신 IT 기술을 적용해 디지털 트랜스포메이션을 한단계 가속화하고 실질적 비즈니스 성과 창출에 노력할 예정

이다. 마이크로소프트는 축적된 글로벌 경험을 바탕으로 현대중공업과의 긴밀한

협업과 기술 지원을 통해 ▲인프라스트럭처 및 애플리케이션 현대화 ▲스마트 제조환경 및 관련 기술 협력 ▲스마트선박 등을 포함한 스마트 제품&서비스 구축 ▲AI(인공지능) 및 빅데이터 기술 협력 ▲그룹사 모던 워크플레이스 구축 등을 함께 추진한다.

IT 기술과의 융합을 통해 현대중공업은 앞서가는 디지털 부문의 민첩성과 산업의 변화에 유연하게 적응하는 디지털 기술 확보를 꾀한다. 마이크로소프트의 성공적인 디지털 트랜스포메이션 수행 경험을 통해 비용과 운영인력을 최적화하고 업무 생산성 혁신으로 성장 기회의 발걸 속도를 한층 높일 것으로 기대된다.

한국마이크로소프트 김원태 엔터프

라이즈 글로벌 사업부 전무는 “글로벌 최고의 선박제조 및 서비스 기업인 현대중공업과 지속적인 전략적 파트너십을 통해 제조업계의 디지털 트랜스포메이션을 함께 만들어 가고 있다”며 “마이크로소프트 클라우드를 기반으로 업계의 변화에 빠르게 대응하고 선도해 나갈 수 있도록 적극 지원해 나가겠다”고 말했다.

현대중공업 김태환 최고 디지털 책임자(CDO·ICT혁신센터장)는 “지난해 마이크로소프트와의 성공적인 협업과 이번 파트너십 연장을 기반으로 올해 현대중공업의 디지털 트랜스포메이션 전략을 완성하는 새로운 한 해를 만들어 나갈 것”이라고 말했다.

/박태홍 수습기자 pth7285@metroseoul.co.kr

## 오뚜기, 오뚜기제유지주 합병... 지배구조 개편 속도

30일 합병 계약, 9월1일 마무리 일감몰아주기, 오너일가 사익편취 논란 차단 견결음... 순환출자 해소

오뚜기가 오뚜기제유지주를 흡수합병함으로써 지주사 체제로 한 걸음 나아갔다.

오뚜기는 지난 22일 이사회를 열고 오뚜기제유지주를 흡수합병하기로 결의했다고 23일 밝혔다. 양사는 이에 따라 오는 30일 합병계약을 체결하고, 9월 1일 합병작업을 마무리한다. 오뚜기와 오뚜기제유지주의 합병 비율은 1대 0.4667425다.

이번 합병으로 오뚜기는 일감 몰아주기 및 오너일가의 사익 편취 논란을 차단하기 위해 진행된 것으로 분석된다. 지배구조 개선에도 속도를 낼 전망이다.

이번 합병으로 내부거래 논란이 사라질 것으로 보인다. 오뚜기제유지주의 주요 주주는 오뚜기(52.33%), 함영준 회장(13.19%) 등 특수관계자들이다. 오뚜기제유지주가 오뚜기에 편입되면서 기존 특수관계자간 거래(내부거래)가 오뚜기 내 부문 간 거래로 바뀐다.

오뚜기는 계열사의 물적분할을 지주사 체제로 통합시키는 수단으로 자주



함영준 오뚜기 회장 /뉴스1

활용해왔다. 이를 통해 내부거래 논란과 순환출자 문제를 해소 등 그룹 지배구조 개편을 한 것.

앞서 2017년 오뚜기는 총수일가의 기업이었다. 오뚜기제유지주와 오뚜기제유지주 간 순환출자 고리를 끊게 됐다. 이대로 오뚜기제유지주가 흡수합병 수순을 밟으면 오뚜기제유지는 오뚜기 100% 자회사로 거듭난다.

시장에서는 오뚜기의 오뚜기제유지

주 합병이 시점에 차이만 있을 뿐 예견된 건이었다고 평가한다. 오뚜기는 이번 오뚜기제유지주 합병 건도 삼미식품지주·풍림피앤피지주를 합병 때와 같은 방식으로 진행했다. 지난해 11월 오뚜기제유지는 3분기 중 오뚜기제유지주로 상호를 변경하고 물적분할을 통해 ‘오뚜기-오뚜기제유지주-오뚜기제유’ 체계로 거듭났다. 당시 업계에서는 공정거래위원회 규제를 넘어 지주사 체제로 이행하기 위한 준비 작업이라고 분석했다. 비상장사인 오뚜기제유는 2018년 함 회장 지분이 20% 밑으로 줄고 오뚜기 자회사로 흡수되면서 일감 몰아주기 논란을 종식시켰다.

오뚜기는 이번 합병으로 내부거래 이슈를 없애면서 오뚜기-오뚜기제유지주 간 순환출자 고리를 끊게 됐다. 이대로 오뚜기제유지주가 흡수합병 수순을 밟으면 오뚜기제유는 오뚜기 100% 자회사로 거듭난다.

함 회장의 지분율에도 관심이 쏠렸다. 함 회장이 오뚜기제유지주 지분을 오뚜기 신주로 교환받을 경우 지분율을 높일 수 있기 때문이다. 오뚜기를 중심으로 한 지주사 체제가 더욱 공고해지는 것.

한편 일각에서는 함 회장의 아들인

함윤식 씨가 보유한 오뚜기에스에프지주도 같은 루트를 걸을 것이라는 예측이 나오고 있다. 앞서 2017년 오뚜기에스에프는 오뚜기제유지주-오뚜기제유지주로 물적분할했다. 오뚜기제유지주는 오뚜기가 지분 과반을 보유한 최대주주이며, 오너가인 함윤식 씨 지분이 38.5%다.

함 회장의 지분 변화와 오뚜기 주식 추가상장으로 인한 주식 희석 우려와 관련해 오뚜기 관계자는 “지분 및 주식과 관련해 사측에서 결정된 바가 없다. 승계 이슈 관련해서도 개인지분이다 보니 회사 차원에서는 전할 말이 없다”고 밝혔다.

그러면서 “이번 합병은 2017년부터 하던 오뚜기의 지배구조 개선 및 내부거래 해소 일환으로 보면 된다. 과거 삼미식품지주, 풍림피앤피지주 합병과 같은 개편과정”이라며 “지배구조 단순화로 회사 내부가 투명해지기를 기대한다. 추후에도 지배구조 개선을 위한 작업을 이어갈 것”이라고 설명했다.

마지막으로 사업 방향 및 직원 업무 배치나 구조조정과 관련해서는 “아직 논의된 바 없다”고 덧붙였다.

/조효정 기자 princess@



쿠팡맨이 고객에게 로켓배송 상품을 배송하기 직전에 상품을 살균소독 하고 있다. /쿠팡

## 로켓배송 완료 직전 소독 쿠팡, 살균 프로세스 강화

쿠팡은 상품이 전달되는 마지막 순간까지 모든 고객이 안심하도록 로켓배송 살균소독 프로세스를 강화한다고 23일 전했다.

강화된 프로세스를 통해 전국 수백만 개 로켓배송 상품은 배송이 완료되기 직전에 살균소독 과정을 거치게 된다. 배송직원이 고객 집으로 배송이 완료되기 직전에 휴대용 살균제로 상품을 꼼꼼하게 소독한다. 이 때 사용되는 약품은 한국 식품의약품안전처(KFDA)와 미국 식품의약국(FDA) 등이 인증한 제품이다. 살균소독이 완료된 상품은 고객 집 앞으로 언택트 배송된다.

배송직원이 상품 살균소독 프로세스를 철저히 준수할 수 있도록 자체 기술을 통해 알람 시스템도 개발했다. 배송직원이 사용하는 전용앱에 배송 완료 후 살균소독을 알리는 팝업 메시지가 자동으로 노출된다. 고객에게 발송되는 배송완료 문자도 소독제 건조 시간을 고려해 배송 후 5분 뒤 자동 발송 되도록 기능을 업그레이드했다.

현재까지 택배 상자를 통해 바이러스 감염이 보고된 사례는 없지만, 쿠팡은 앞으로 고객 안심을 위해서라면 과할 만큼 조치를 취한다는 계획이다.

고령주 쿠팡 인사부 대표는 “고객이 안심하고 주문할 수 있도록 할 수 있는 모든 안전 조치를 취할 것이다. 코로나19에 맞서 로켓배송이 ‘가장 안전한 배송’의 표준이 될 수 있도록 기술과 역량을 집중할 계획”이라며 “쿠팡은 전국으로 배송되는 모든 상품을 소독하는 것 외에도 다양한 고객 및 직원 대상 안전 조치를 실행할 것이며, 모든 업계가 이런 노력에 함께 동참할 수 있도록 향후 실행하는 조치를 적극적으로 알려나갈 것”이라고 말했다.

/신원선 기자

## ‘명품 60% 할인’... 재고 면세품 소비자 관심 폭주

1시간 만에 준비 물량 60% 동나 롯데온, 접속 폭주로 ‘서버 오류’ 신라해, 내일 ‘신라트립’서 판매

“인산인해, 관심폭주”

재고 면세품 판매 첫날인 23일 ‘반값명품’ 구매를 노린 수요가 몰리면서 사이트가 마비되거나 1시간 만에 제품 60%가 동이 났다.

롯데 통합 쇼핑몰인 롯데온(ON)이 내놓은 면세점 재고 평품은 1시간만에 물량의 60%가 팔려나가는 등 소비자들의 관심이 뜨거웠다. 가격은 정상가보다 60% 저렴했다.

롯데온은 이날 롯데면세점 명품 재

고 물량 9개 브랜드 77개 상품을 선보였다. 하지만, 접속자 폭주로 연결 오류가 이어졌다. 롯데온 모바일 앱의 경우 네트워크 연결이 쉽지 않은데다, 로딩 시간이 길어지는 등의 접속 오류가 지속된 것이다. 롯데온 사이트에는 판매 시작 전부터 평소보다 2~3배 정도 높은 트래픽이 몰렸다. 이번 기획전에 대한 기대감을 증명했다.

롯데온은 판매 시작 한 시간 만에 준비한 물량의 60%를 소진했다. 상품 중에서는 신발과 여성 크로스백 등이 인기를 끌며 재고 소진을 주도했다.

롯데온과 롯데면세점은 최근 명품 재고 판매에 대한 뜨거운 관심을 감안해

약 100억 원의 물량을 준비해 롯데온에서 순차적으로 판매할 계획이다. 판매 일정은 추후 홈페이지에서 확인할 수 있다.

오는 25일에는 신라면세점이 자체 여행상품 중개 플랫폼인 ‘신라트립’을 통해 재고 면세품을 판매를 시작한다.

신라면세점은 수입 명품 브랜드를 포함해 매스티지 브랜드, 컨템포러리 브랜드 등 총 40여개 브랜드의 패션잡화 면세 재고상품을 오는 25일 오전 10시부터 ‘신라트립’에서 판매한다. 이어순차적으로 상품을 추가해 판매할 예정이다.

지방시와 펜디, 프라다 등을 비롯한 20여개 브랜드가 1차로 판매를 시작한

다. 발렌시아가, 발렌티노, 발리 브랜드는 추후 판매에 포함된다. 통관 절차 및 가격 책정에 따라 시일이 소요되어 상품은 추후 지속적으로 업데이트 될 예정이다.

대표적인 상품으로는 지방시 ‘크로스3바디백’, 룬삼 ‘르 플리아주 백’, 토리버치 ‘로빈슨 숄더백, 키라 숄더백’이 있으며, 모두 면세점 정상 가격 대비 30~40% 할인된 수준이다. 면세 재고상품은 신라면세점 모바일 앱의 ‘신라트립’ 메뉴 또는 인터넷 포털 사이트에서 ‘신라트립’으로 접속해 회원가입 후 구매할 수 있다.

면세업계는 이번 재고품 판매를 통해 폭 떨어졌던 매출이 일부 되살아날 것으로 기대했다.

/신원선 기자 tree6834@