故 신격호 유언장 공개 "롯데그룹 후계자는 신동빈"

〈롯데 명예회장〉 〈롯데그룹 회장〉

유품 정리중 日 도쿄 사무실서 발견
신동주, 신동빈 해임·반격 수포로

신동빈 "창업주 뜻 따라 그룹 이끌것"
내달 韓·日 단일대표이사 사장 선임

故 신격호 롯데 명예회장

신동빈 롯데그룹 회장

신동주SDJ코퍼레이션회장(전 일본 롯데홀딩스 부회장)의 반격이 수포로 돌아간 가운데, 롯데그룹 신동빈 회장이 올해 1월 별세한 신격호 롯데그룹 명예회장이 남긴 자필 유언장을 공개하며 경영권 장악을 공고히 했다.

24일 롯데지주는 공식자료를 통해 최근 신격호 명예회장의 유품을 정리하던 중 일본 도쿄 사무실에서 신 명예회장의 자필 유언장이 발견됐다고 밝혔다. 유언장에는 사후에 한국과 일본, 그 외 지역의 롯데그룹 후계자를 신동빈 회장으로 한다는 내용이 담긴 것으로 전해졌다.

이 유언장은 신 명예회장이 2000년 3월 자필로 작성하고 서명해 도쿄 사무실 금고에 보관하고 있던 것으로, 신 명예회장 사후 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태로 지연됐던 사무실과 유품 정리를 하던 중 발견됐다.

유언장은 일본 법원에서 상속인들의 대리인이 모두 참석한 가운데 개봉됐다.

신동빈 회장은 이날 일본 롯데홀딩스 주주총회 후 롯데그룹 임원들에게 "창업주님의 뜻에 따라 그룹의 발전과 롯데그룹 전 직원의 내일을 위해 노력하겠다"고 밝혔다.

한편 이날 일본 롯데홀딩스는 신동빈 회장을 7월 1일 자로 롯데홀딩스 사장과 최고경영자(CEO)로 선임했다. 쓰쿠다 다카유키 사장은 대표직에서 물러나고 이사직만 유지한다.

신동빈 회장은 이미 4월 롯데홀딩스 회장에 취임한 상태로 7월부터는 단일 대표이사 사장으로 선임돼 한·일 경영권을 모두 장악했음을 분명히 했다.

신 회장은 이번 인사와 관련해 "대내외 경제 상황이 어려운 만큼 선대 회장의 업적과 정신 계승이 어느 때보다 필요하다"면서 "다시 시작한다는 각오로 롯데그룹을 이끌어 나갈 것"이라고 말했다.

한편 이날 오전 일본 도쿄에서 열린 일본 롯데홀딩스 주총에서 최대 주주인 광윤사가 제안한 신동빈 회장 이사 해임 안건이 모두 부결됐다. 광윤사의 대표이사는 신동빈 회장의 형인 신동주 회장이다.

신동주 회장은 "신동빈 롯데그룹 회장이 지난해 재판에서 유죄 판결을 받아 롯데그룹의 브랜드 가치와 평판, 기업가치가 훼손됐다"며 신동빈 회장의 이사직 해임 요구 안건을 제출했다.

이날 주총에서는 금고형 이상의 형을 선고받고 집행 또는 집행유예가 종료한 지 2년이 지나지 않은 자가 롯데홀딩스의 이사가 되지 못하도록 하는 정관 변경안도 신동주 회장의 제안으로 다뤄졌으나 역시 부결됐다.

신동주 회장은 이날 이사회 직후 입장문을 내고 "이번 주주제안은 롯데홀딩스 최대주주인 광윤사 대표이자 주주로서 롯데그룹이 정상적으로 운영되게 하기 위한 제안임과 동시에, 고 신격호 명예회장의 유지를 이어받아 그룹의 준법경영을 이끌기 위한 기본적인 요청 사항이었다"라며 "안건이 부결됨에 따라 일본 회사법 854조에 의거하여 해당 사안에 대한 소송 진행도 고려 중으로, 향후 롯데그룹의 경영 안정화를 위한 다각적 노력을 계속해 나갈 것"이라고 밝혔다.

신동주 회장은 2015년 7월부터 2018년까지 5차례에 걸쳐 일본 롯데홀딩스 주총에서 신동빈 회장의 해임안과 자신의 이사직 복귀를 시도했지만 모두 표대결에서 패한 바 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

위메프 올해 상반기 소비 트렌드

C	H	A	N	G	E
Concern for Health	Home + Economy	Anti Dust	New Pattern	Get new hobby	E-commerce
건강에 대한 관심	홈코노미	안티 더스트	새로운 소비패턴	새로운 취미	이커머스 강세

*2020년 1월~5월 위메프 매출 데이터 기반 소비트렌드 분석 자료/ 위메프

코로나에 소비 대변화… 마스크 판매 30배

위메프, 상반기 소비트렌드 '체인지'

마스크 3400%, 손소독제 1600% ⬆
면역력증진 위한 홍삼제품 25% 신장

'CHANGE' 위메프가 올해 상반기 판매 데이터를 분석한 소비 트렌드다. 이는 상반기 소비자들의 주요한 트렌드 6가지 이니셜을 조합한 단어로 ▲건강에 대한 관심(Concern for Health) ▲홈코노미(Home+Economy) ▲안티더스트(Anti-Dust) ▲새로운 소비 패턴(New-Pattern) ▲새로운 취미(Get new hobby) ▲이커머스 강세(E-commerce)를 의미한다.

상반기는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태로 그 어느 때보다도 건강에 대한 관심이 컸다. 코로나19 바이러스 확산에 지난 5개월(1~5월) 동안 KF94 마스크, 손소독제 등의 위생용품은 전년 대비 각각 3374%, 1626% 가량 판매가 급증했다. 면역력 증진에 도움을 주는 영양제, 홍삼 등 건강기능식품 매출은 25% 이상 증가했다. 대표적인 보양식인 낚지(528%), 전복(14%), 삼계탕(6%)을 찾는 사람도 늘었다.

평소보다 집에 머무는 시간이 길어지면서 집의 의미가 변화하기 시작했다. '홈짐', '홈시네마', '홈카페' 등 집 공간이 다양해지면서 관련 상품 매출 또한 급증했다. 특히 헬스장을 가지 않고 집에서 홈트레이닝을 하는 '홈트족'이 늘면서 워킹패드, 요가링, 헬스바이크 등이 인기를 끌었다. /신원선 기자

"상장 훈풍, 타 바이오주에 이어질 것"

〉〉 1면 'SK바이오팜, IPO…'서 계속

SK바이오팜의 공모가는 4만9000원이다. 상장 당일 주가는 공모가의 90%~200% 범위 안에서 시가가 형성되고, 당일 주가는 시가 기준 위아래 30% 범위 내에서 움직인다. 즉, SK바이오팜의 상장 당일(7월 2일) 주가는 최대 12만7400원까지 오를 수 있다.

◆ '유동성 코로나'가 만든 열기

평소 한산했던 증권사 창구들은 23일부터 SK바이오팜 주식을 청약을 하려는 손님들로 북적였다. 청약 마지막날인 24일 주관사인 한국투자증권 창구는 오전부터 대기번호를 뽑아야 했다. SK바이오팜 전용 상담 프라이빗뱅커(PB)도 따로 뒀다.

한국투자증권 관계자는 "유선상으로 계좌 개설 문의와 예상수익률에 대해서 여쭤보는 고객님들이 많았다"면서 "구체적인 상담은 어제 가장 많이 이뤄졌고, 오늘은 청약 건수가 폭발적으로 늘어났다"고 설명했다.

이번 공모주 열기는 코로나19 이후 바이오업종에 대한 관심이 높아진 영향이다. SK바이오팜이 상장하면 다른 바이오주도 훈풍이 이어질 것으로 업계는 보고 있다. /손엄지 기자·박미경 수습기자 sonumji301@

불황 속 실속소비 '리퍼브' 상품 인기

까사미아 단순변심 반품 상품 등
50% 가량 저렴… 올 매출 11% ⬆

롯데百 2~3월 평균매출 1억 이상
프라이스 홀릭·리씽크 등 매장 운영

롯데프리미엄 아울렛 리퍼브 올랜드 매장. /롯데쇼핑

불황 속 실속 소비가 증가하고 있다. 신종코로나바이러스 감염증(코로나19)로 소비심리가 위축되면서 리퍼브 상품이 새 제품과 중고제품 사이 틈새 시장을 공략하며 급성장 중이다.

'리퍼브'란 단순 변심 등으로 반품됐거나 매장에 전시됐던 제품, 재고로 쌓여 있던 제품 등을 손질해 재판매 하는 것을 말한다. 사용한 제품이 아니기 때문에 중고 제품과는 확연히 구별되지만, 정상 제품보다 가격은 훨씬 낮다. 이 제품들 중에는 온라인쇼핑으로 구매했다가 반품된 이력이 있을 뿐, 포장을 뜯지도 않은 새 상품이 많기 때문에 소비자들의 인식도 긍정적인 방향으로 변하고 있다.

가구 브랜드 까사미아는 소비자의 단순 변심으로 반품된 책상, 제품 홍보 촬영을 위해 사용된 가구, 매장에 전시됐던 상품까지 모두 리퍼브 상품으로 간주해 까사미아 리퍼브 매장에서 판매하고 이다. 리퍼브 상품은 정가 대비 50% 가량 저렴해 실속 소비를 지향하는 소비자들에게 각광받고 있다.

실제로 까사미아 오포점에서 리퍼브 상품 매출은 올해 전년 대비 11% 신장세를 보였다.

리퍼브 상품 판매를 통해 유통업체는 재고를 줄일 수 있고 소비자는 똑같은 제품은 저렴하게 살 수 있다는 장점이 있다.

롯데백화점은 지난해 10월부터 롯데아울렛 광교점에 '프라이스 홀릭', 롯데몰 광명점에 '리씽크' 등 리퍼브 전문 매장을 운영하고 있다. 이처럼 롯데아울렛을 중심으로 리퍼브 매장을 늘려가는 배경에는 필요한 성능과 만족만 준다면 '중고/리퍼브' 상품도 망설임 없이 구매하는 실용적 소비를 지향하는 소비자들이 늘어나고 있기 때문이다.

까사미아 경기 광주 오포점 전경. /까사미아

실제로, 코로나19의 영향으로 오프라인 시장이 침체에 빠진 지난 2~3월에도 '프라이스 홀릭'과 '리씽크' 매장은 한달 평균 1억 이상의 매출을 기록했으며, 이러한 매출 수치는 백화점 내 유명 브랜드 수준과 비슷한 것으로 나타났다.

롯데백화점은 지난 5일 롯데 프리미엄 아울렛 이천점에 중고 리퍼브 전문샵 '올랜드' 매장을 오픈했으며 현재까지 2억원 가량 매출을 올렸다.

매장은 350평으로 삼성전자, LG전자, 딤채, 캐리어, 필립스 등 가전상품군부터 한샘, 삼익, 핀란디아 등 가구까지 리퍼브 전문 상품을 판매한다. 상품의 가격은 정상가 대비 30~70% 가량 저렴하게 책정되어 있다.

또, 앞서 4월 말 롯데아울렛 광교점에 오픈한 유아동 리퍼브 팝업 스토어 '땡큐마켓'은 기존 5월까지 운영예정이었지만, 고객 반응에 힘입어 현재까지도 운영을 이어오고 있다. 월 평균 매출은 7000~8000만원이다.

'땡큐마켓'은 국내 유일 유아동 용품 중고&리퍼브 전문브랜드로, 최근 가치소비를 지향하는 밀레니얼 고객으로부터 큰 사랑을 받으며 매년 40%씩 고성장하는 온라인 플랫폼 전문 브랜드다. '땡큐마켓' 광교점 팝업스토어에는 중고 상품 및 단순 변심 상품 등 리퍼브 상품들 위주로 판매하며 , 중고지만 새 상품처럼 보이는 S급 상품을 정상가 대비 최대 80% 가량 할인된 가격에 선보인다.

온라인몰에서도 리퍼브 상품은 인기다. 위메프에 따르면, 지난 두 달간(4~5월) 리퍼브 상품 거래액은 재작년 동기 대비 5배 가량 증가했다.

리퍼브 상품을 찾는 고객이 늘면서 취급 상품 수도 14배 신장했다. 2018년부터 매년 두 자릿수 이상 성장세를 지속, 현재 판매 중인 리퍼 상품은 약 1만개에 달한다.

유통업계에서는 이미 리퍼브 시장의 규모가 1조 원을 넘어섰으며, 매년 두 자릿수 성장을 지속하는 것으로 추산하고 있다. 리퍼브 제품만 취급하는 오프라인 매장은 2017년 100개에서 최근 400여 개로 늘었으며, 리퍼브만을 취급하는 온라인몰도 1만여개를 넘어선 것으로 추정된다. /신원선 기자