패션플랫폼 '무신사' 신화 주역, 20년 만에 물러나

'이벤트 논란'에 조만호 대표 사임

성차별, 특정고객 쿠폰 논란
"논란 책임 통감… 송구스러워"
향후엔 이사회 의장 역할 수행
사측, 후임선정 절차 진행중

조만호 무신사 창업자이자 대표.

온라인 패션 플랫폼 무신사의 창업자 조만호 대표가 사의를 표명하고 대표이사직을 사임한다. 무신사는 후임자 선정 절차를 진행하고 있으며 이른 시일 내에 신임 대표를 결정할 예정이다.

조만호 대표는 3일 오후 무신사 임직원에게 '20년을 마무리하려 합니다'라는 제목의 이메일을 보내 사의를 공식화했다.

조 대표는 메일에서 "무신사 운영의 최종 책임자로서 결자해지를 위해 책임을 지고 대표의 자리에서 물러나는 것이 도리라고 생각했다"며 사퇴의 뜻을 전했다. 이어 "저는 이 일에 대한 책임을 지고 일선에서 물러나지만, 여러분들께서는 우리가 지금까지 가져왔던 '입점 브랜드의 성공을 돕고 고객에게 실질적인 혜택을 드린다'는 목표를 잊지 않고 서비스를 이어가 주길 바란다"고 당부했다.

조 대표가 물러나게 된 배경에는 특정 고객 대상 쿠폰 발행과 최근에 있었던 이벤트 이미지 논란이 있다. 무신사는 지난해 우신사 고객 타깃층에만 쿠폰을 뿌렸다가 10대 남성 고객에게 뭇매를 맞은 바 있다. 이어 이벤트 포스터에 남성 비하 커뮤니티 '메갈리아'의 로고와 유사한 이미지가 쓰였다며 남혐논란에 휩싸였다.

조 대표는 책임을 통감하며 20년 전 처음 무신사를 만든 이후 지금까지 유지해 온 운영자와 대표의 자리를 내려놓는다. 수 개월 전 회사에 사임 의사를 표한 조 대표는 그동안 고객 신뢰 회복을 위한 문제 해결과 후임자 인선 준비에 집중해왔다.

사임 후에는 경영 일선에서 물러나 이사회 의장으로서 역할을 수행하게 된다. 무신사 스토어 운영에는 참여하지 않고, 해외 사업을 포함한 회사의 중장기 전략 수립과 한국 패션 브랜드의 성장을 위한 지원 활동에 주력할 계획이다.

또한 앞으로 개인 지분 일부를 순차적으로 매각해 약 500억원의 자금을 확보하고, 이를 무신사의 투자 자회사인 무신사 파트너스가 운용하는 패션 펀드에 출자할 예정이다.

조 대표는 "이제는 무신사에 전체 조직의 관리와 사업 전반의 관장까지 더 뛰어난 역량을 가진 새로운 리더가 필요한 시점이 된 것 같다"며 "무신사 대표로서 제 개인의 임무는 여기서 마치고 회사와 관련된 업무는 모두 내려놓는다"고 입장을 마무리했다.

무신사는 지난 2001년 조만호 대표가 고등학교 3학년 시절에 시작한 '무진장 신발 사진이 많은 곳'이라는 커뮤니티에서 출발했다. 길거리 패션과 스타일 트렌드를 소개하는 무신사 매거진을 발행했고, 2009년에는 회원들이 믿고 구매할 수 있는 판매처 역할을 하기 위한 커머스 기능을 도입, 현재의 무신사 스토어로 성장했다.

조 대표는 국내 디자이너와 중소 브랜드의 온라인 판로 개척과 성장 가능성 높은 브랜드 발굴에 앞장서며 패션 생태계 활성화에 힘써왔다. 특히 '브랜드 동반성장'을 경영 철학으로 마케팅, 생산 자금 대여, 조기 정산 등의 지원 시스템을 구축해 입점 브랜드 성장 지원이 무신사 매출로 이어지는 선순환 구조를 만들었다. 이러한 노력을 바탕으로 2013년 100억원에 불과했던 무신사 스토어 거래액은 7년 만에 120배로 늘어나 지난해 1조2000억원을 기록했다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

롯데온 "제로 칼로리로 스트레스 '제로'"

'롯데온세상 제로고침' 캠페인
제로 칼로리 탄산음료 할인

롯데온이 '제로'를 주제로 캠페인을 시작한다.

롯데온은 3일부터 다음 달 14일까지 '롯데온세상 제로고침' 기획전을 개최한다.

이번 행사는 칼로리 제로, 라벨 제로, 스트레스 제로 및 마진 제로 등 총 4개 테마로 나눠 진행하며, 각 테마에 맞춰 관련 상품을 소개하고, 할인 혜택을 제공한다. 우선 오는 3일부터 이번 달 13일까지는 코로나19로 실내 활동이 늘면서 증가한 체중 때문에 칼로리에 민감한 고객들을 위해 칼로리 제로 탄산 음료를 할인 판매한다.

롯데온은 3일부터 이번 달 13일까지 '온세상 제로고침-블랙제로'를 진행한다. 행사기간 제로 칼로리 탄산음료 및 탄산수 등을 최대 20% 저렴한 가격에 판매하며, 롯데칠성음료와 컬래버해 만든 굿즈도 선보인다. 이번에 롯데온에서 단독으로 판매하는 굿즈는 캠핑용품인 아베나키 롤테이블과 화로대 등 2종류이며, 가격은 '롯데칠성 제로 사이다(250ml*30캔)+롤테이블'이 9만9900원, '롯데칠성 제로 사이다(250ml*30캔)+화로대'는 4만6900원이다.

또한 '온세상 제로고침' 행사 참여를 유도하고자 댓글 이벤트도 진행한다. '제로 탄산'과 관련해 떠오르는 상품과 이유를 댓글로 적으면 참여 가능하고, 추첨을 통해 1000명에게 엘포인트 500점을 제공한다.

/신원선 기자 tree6834@

SSG닷컴, 잘나가는 그로서리 200종 할인

9일까지 최대 50% 할인전

SSG닷컴은 3일부터 9일까지 일주일 간 인기 그로서리 상품(사진) 200여 종을 엄선해 최대 50% 할인한 가격에 선보이는 '상반기 결산 베스트 상품 초대박전' 기획전을 진행한다.

식품에서는 신선·가공식품부터 간편식, 건강기능식품, 음료에 이르는 인기 품목들을 총망라해 특가에 선보인다.

채소·과일은 '수제망양파(1.8kg)'를 2980원에 '유명산지 청송사과(1.5kg)'을 9800원에 판매한다. 수산에서는 '노르웨이산 프리미어 고등어살(900g)'을 9980원에 '볶음용 국산 멸치(200g×2봉)'을 1만800원에 만나볼 수 있다. 축산에서는 한우 인기 부위부터, 한돈, 수입육 등 다양한 품목을 최대 50%까지 할인한 가격에 선보인다.

가정간편식에서는 '피코크'의 '잔슨빌 소시지 부대찌개(1kg)', '순희네 빈대떡(400g)'을 20% 할인한 가격에 판매한다.

또한, '비비고 사골곰탕(18입, 1박스)'를 정상가 대비 20% 저렴한 가격에

구매할 수 있으며, '비비고 썰은 배추김치(900g)'와 '풀무원 유산균 포기김치(10kg)' 2종은 34% 할인한 가격에 판매한다.

식품 이외의 세제, 기저귀 등 생활필수품도 합리적인 가격으로 제안한다. 행사 기간 동안 섬유유연제 상품인 '아우라 딜라이트 2.3L'와 '세븐스제너레이션'의 기저귀 2종은 정상가의 절반 가격에 만나볼 수 있다. /신원선 기자

홈플러스, '착한 소비' 고객에 마일리지

필환경 기획 상품·장바구니 구매시

홈플러스가 '지속 가능한 환경'을 위한 장기적인 투자에 나선다.

홈플러스는 세계 환경의 날(6월 5일)을 맞아 오는 23일까지 '지구를 살리는 착한 소비' 캠페인을 진행한다고 3일 밝혔다. 우선, 고객이 홈플러스 온라인에서 상품을 구매하는 것만으로 친환경 활동에 동참할 수 있는 '착한 소비' 프로모션을 선보인다.

'친환경 라이온 참그린 녹차 뽀드득 주방세제'(2L/9900원, 1+1 행사) 등 친환경 인증 상품을 비롯해 '홈플러스 시그니처 무라벨 맑은샘물'(2L*6/2490원), '룻데칠성 아이시스ECO 무라벨 생수'(2L*6/3490원), '친환경 팽이버섯'(4입/봉/2490원, 2개 구매 시 20% 할인) 등 '필(必)환경 기획전' 행사 상품 1개 이상 구매 시 구매 금액의 5%(최대 5000원)를 마일리지로 적립해 주고, '에코 장바구니' 4종(10만장 한정) 구매 시에는 마일리지 1000점을 추가로 적립해 준다.

한편, 홈플러스는 2004년부터 회수가 가능한 플라스틱 박스(트레이)를 사용하는 등 환경 보호 노력을 지속해왔다. 불필요한 재포장 없이 트레이에 담아 상품을 배송할 수 있는 비결은 국내 유일의 온라인 배송차량 3실(냉동/냉장/상온) 시스템을 갖춘 데 있다.

비대면 배송용 '생분해성 봉투'도 2015년부터 도입했다. 친환경 생분해성 수지(EL724)로 만들어진 홈플러스 온라인 배송 봉투는 수분·온도·성분 구성 등 퇴비화에 적합한 조건으로 매립 시 180일 이내 자연 분해되는 것이 특징이다. 비대면 배송 시 선도 유지를 위해 사용하는 아이스팩도 2019년 7월 '물 아이스팩'으로 전환했다. /신원선 기자

모델들이 신세계백화점에서 조선호텔 침구로 만든 에코백을 소개하고 있다. /신세계백화점

신세계百

조선호텔 침구로 만든 에코백 증정

'환경의 달' 친환경 소비문화 조성
전자영수증 발급 신청 고객 대상

신세계백화점이 6월 환경의 달을 맞아 친환경 소비 문화 조성에 나선다.

신세계백화점은 조선호텔 침구를 재활용해 에코백과 반려동물 방석을 만들고, 환경 보호를 위한 플로깅백(plogging bag)을 사은품으로 준비했다고 3일 밝혔다.

최근 ESG 경영에 대한 관심이 대두되는 만큼 신세계백화점도 다양한 콘텐츠로 지속가능한 미래 만들기에 동참하자는 취지다.

우선 '환경의 날'인 4일부터 신세계백화점 전 점에서는 조선호텔과 협업한 에코백 2000개를 증정한다. 호텔에서 사용한 최상급 린넨 침구를 수거해 세탁 및 별도의 손질을 거쳐 재탄생한 제품이다.

이번 에코백은 세계 3대 디자인상인 'iF 디자인 어워드 2021'에서 본상을 수상한 '신초록' 캐릭터를 활용해 제작했다.

오는 11일부터는 환경 보호의 의미를 담은 재사용 플로깅백 2000여개도 신세계전 점에서 사은품으로 선보인다.

특히 신세계는 신세계 앱을 통해 전자영수증 발급 신청을 한 고객 대상으로 조선호텔 침구 에코백과 플로깅백을 증정해, 종이 없는 친환경 쇼핑 문화를 독려할 계획이다. 당일 5만원 이상 구매 시 받을 수 있다.

/신원선 기자

코오롱몰, 환경의 날 맞아 '위두 캠페인'

코오롱인더스트리FnC부문의 공식 온라인몰 코오롱몰이 6월 5일 세계 환경의 날을 맞아 6월 4일부터 30일까지 'weDO(위두) 캠페인'을 진행한다. 'weDO'는 코오롱몰 내 운영 중인 지속가능 카테고리로 인간, 환경, 동물복지를 위한 바른 제품들을 집중 소개하고 있다.

이번 weDO(위두) 캠페인은 두 가지로 진행된다. 첫번째는 기부로, 6월 한 달간 위두 제품 판매 매출의 6.5%를 환경 사업에 지원할 예정이다.

두번째는 6월 동안 위두 제품을 20만원 이상(누적 기준) 구매한 고객에게 업사이클링 패션 브랜드 래코드의 박스 아뜰리에 2만원 이용 할인권을 제공하는 것이다.

박스 아뜰리에는 래코드의 지속가능 패션 서비스로, 기존에 가지고 있던 옷을 가져오면 다시 사용할 수 있도록 디자인과 아이템을 변경해주는 일종의 리폼, 리페어 서비스다.

/원은미 기자