아모레퍼시픽 설화수 새 유닛장에 심재완

에뛰드 대표이사직에 이창규 선임

심재완
설화수 브랜드 유닛장

이창규
에뛰드 신임 대표이사

아모레퍼시픽의 럭셔리 뷰티 브랜드 설화수 새 유닛장에 심재완 에뛰드 대표이사(전무)가 선임됐다.

23일 업계에 따르면 아모레퍼시픽의 로드숍 브랜드 에뛰드의 대표이사를 맡았던 심 전무는 최근 설화수 유닛장으로 자리를 옮겼다.

심 전무의 인사 시점은 추석 직전으로 기존 설화수 브랜드 유닛장을 맡던 임원이 지난달 갑작스레 세상을 떠나면서 내려진 인사 조치로 풀이된다.

1968년생인 심재완 전무는 1993년 태평양(현 아모레퍼시픽)에 입사해 홈쇼핑영업팀장·DS영업팀장·온라인 사업부장·디지털디비전장·신성장 BU장 및 에뛰드 대표이사를 거친 화장품 업계 전문가다.

한편, 심 전무가 설화수 유닛장으로 자리를 옮기면서 에뛰드 대표이사직에는 이창규 아모레퍼시픽그룹 전략실장(상무)이 선임됐다. 이 상무는 2007년 아모레퍼시픽그룹에 입사 후 전략 부문에서 경력을 쌓으며 회사의 중장기 성장 전략을 설계해왔다. /원은미 기자

신세계百, 'K패션' 신진 브랜드 육성

SSG닷컴서 27일부터 '트렌드 페어'

신세계백화점이 'K패션'을 알리는 신진 디자이너 브랜드 육성에 나선다.

신세계백화점은 한국패션산업협회와 손잡고 오는 27일부터 일주일간 SSG닷컴에서 '트렌드 페어'를 열어 40여개의 신규 패션·잡화 브랜드를 소개한다고 23일 밝혔다.

대표 브랜드로는 그리디어스, 리이, 므아므, 엘더블유엘, 프레노서울, 프롬프트 등이 있다. 신진 디자이너 입장에서는 백화점 고객들을 만날 수 있는 새로운 판로 확대가 되고, 백화점 고객들에게는 기존에 접할 수 없었던 신규 브랜드를 만나는 동반성장의 장이 될 예정이다.

특히 온라인에 익숙한 2030 MZ세대들을 겨냥해 최대 45% 할인 혜택도 기획했으며, 이 중 인기 브랜드에는 향후 백화점 팝업 스토어 기회도 제공한다.

다양한 브랜드 중에서도 '그리디어스'는 눈에 띄는 프린트와 스타일의 디자인이 특징이다. 특히 패리스 힐튼, 비욘세 등 세계적인 유명인이 착용해 국내는 물론 글로벌 시장에서도 주목하고 있는 K패션 브랜드 중 하나이다.

또 여성 컨템포러리 '므아므'와 '프레노서울'은 경기패션창작스튜디오와 2021년 서울 패션위크 등을 통해 소개된 브랜드로, 각종 온라인 플랫폼 내에서 많은 인기를 끌고 있다. /신원선 기자 tree6834@

꼬북칩 초코츄러스맛이 출시 1년 만인 9월 3천만봉 판매를 돌파했다. /오리온

꼬북칩 초코츄러스맛 누적 3000만봉 판매

오리온, 매출 320억… 출시 1년 성과

오리온 꼬북칩 초코츄러스맛이 출시 1년 만에 누적 판매량 3000만봉을 돌파했다. 1초에 한 개씩 판매된 셈으로 누적 매출액으로는 320억원을 넘어섰다.

브랜드 전체가 아닌 단일 품목으로 단기간에 이룬 성과로는 이례적이다. 지난해 9월 출시된 꼬북칩 초코츄러스맛은 초기에 진열과 동시에 완판되며 품절을 일으켰고 2020년 인기 상품에 등극했다.

23일 오리온에 따르면 꼬북칩 초코츄러스맛은 출시 50일 만에 350만봉을 돌파한 뒤 두 달여 간 판매량이 두배 가까이 늘어나며 판매에 가속도가 붙었다. 올해 1월, 출시 4개월 만에 누적 판매량 1000만봉 달성에 이어 9월에는 1년 만에 3000만봉을 넘어서는 등 인기가 지속되고 있다.

초코츄러스맛의 인기 비결은 꼬북칩 특유의 네 겹의 식감에 달콤하고 진한 초코츄러스 맛을 구현한 데 있다는 평가다. /원은미 기자

YouTube
유튜브〈메트로신문〉 동영상 제공

홍원식 남양유업 회장

한앤코·한상원 등에 손배소 제기

주식매매계약 해제 후속절차
"한앤코, 사전합의사항 불이행
협상내용 등 비밀유지의무 위배"

홍원식 남양유업 회장이 지난 5월4일 '불가리스 사태'와 관련 대국민 사과 기자회견을 갖고 있다. /손진영 기자 son@

홍원식 남양유업 회장이 23일 서울중앙지방법원에 주식매매계약의 매수인인 한앤코 측 한앤코19호유한회사를 상대로 310억원 상당의 배상을 구하는 위약벌 및 주식매매계약에 대한 실질적 책임자인 한앤코 측 한상원, 김경구, 윤여을을 상대로 위 금액 일부에 대한 불법행위 손해배상 청구 소송을 제기했다.

홍 회장의 법률대리인인 LKB앤파트너스에 따르면 해당 청구는 지난 1일 주식매매계약 해제에 대한 후속 절차로, 계약 해제에 책임이 있는 당사자는 이후 310억원 상당의 손해배상 책임을 지기로 한 본 계약 규정에 따른 것이다.

한앤코의 계약 해제 귀책사유와 관련해 LKB앤파트너스는 "계약금도 전혀 없던 점에서 알 수 있듯이 본 계약은 한앤코 측에게 절대적으로 유리한 불평등 계약인 가운데, 한앤코 측은 사전 쌍방 합의가 되었던 사항을 불이행하고 부당한 경영 간섭과 계약이나 협상의 내용을 언론에 밝히며 비밀유지 의무마저 위배했다"고 입장을 밝혔다.

한앤코 측에서 제기한 소송과 관련해서는 "한앤코 측은 거래종결 시한 약 일주일 전부터 매도인을 상대로 주식양도 청구 소송과 주식처분금지가처분까지 제기하였지만, 이는 적법한 청구가 아니고 2021년 9월 1일 계약이 해제되기까지 했다"고 말했다.

앞서 남양유업의 홍원식 회장은 경영 안정화를 위해 주식매매계약을 통해 경영권 이전을 추진하였으나 한앤코 측과의 거래종결 시한까지 합의가 이뤄지지 않아 부득이하게 지난 1일 계약 해제 통보를 한 바 있다.

홍 회장 측은 매각 의지는 여전히 확고하다면서 "한앤코 측과의 법적 분쟁을 조속히 끝내고 제3자 매각을 통해 남양유업을 보다 더 발전시키고 진심으로 임직원을 대해 줄 인수자를 찾아 경영권을 이전하겠다"고 주장했다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

스타벅스, 식물기반 '오트밀크' 옵션 도입

환경+건강 생각하는 음료 선택 제공
귀리 사용, 우유보다 칼로리·당 낮아

스타벅스가 24일부터 오트 밀크를 기본 선택 옵션으로 도입한다. 사진은 오트밀크 추천음료인 '콜드브루 오트라떼'. /스타벅스 코리아

스타벅스커피 코리아가 오는 24일부터 식물 기반 대체 우유인 오트 밀크를 기본 선택 옵션으로 본격 도입한다.

이번 오트 밀크 도입은 2005년 두유 선택 도입 이후 16년 만의 새로운 식물 기반 음료 베이스 출시로, 친환경적인 음료 카테고리를 확장하고 고객에게 환경과 건강을 모두 생각하는 음료 선택지를 더 제공하기 위해 기획됐다.

새로 선보이는 스타벅스 전용 오트 밀크는 스타벅스 고유 원두인 에스프레소 로스트 및 다양한 스타벅스 음료 메뉴들과 잘 어울리도록 자체 개발돼 시중에 판매되는 기존 오트 밀크 제품들과는 차별점을 두었다.

스타벅스 오트 밀크는 고소하고 진한 오트의 풍미가 특징으로 식이섬유 함유량이 높은 귀리를 사용해 일반 우유 대비 칼로리와 당이 낮다. 스타벅스 전용으로 스팀 시 부드러운 거품 발생이 용이하도록 만들어졌다.

오트 밀크는 맞춤 음료 옵션과 동일하게 600원의 추가비용이 발생하나 스타벅스 카드로 결제할 경우에는 무료로 제공한다.

스타벅스는 2017년 '오트밀 라떼' 출시를 시작으로 2018년 '오트 그린 티 라떼', '리얼 넛 오트 모카', '오트 딸기 바나나 블렌디드', 2020년 '헤이즐넛 오트 쇼콜라' 등 오트 밀크 활용 제품들을 출시하며 오트 밀크에 대한 고객 경험을 지속적으로 확대해왔다.

특히 올해 4월 오트 밀크 음료 중 최초로 연중 상시 판매 제품으로 출시된 '콜드 브루 오트 라떼'는 MZ 세대의 가치소비 문화가 확산되고 식물 기반 대체 우유에 대한 고객 수요가 증가함에 따라 5개월 만에 약 100만잔 판매를 달성한 바 있다. /원은미 기자 silverbeauty@

YouTube
유튜브〈메트로신문〉 동영상 제공

결혼이주여성 문화예술 프로그램 진행

롯데면세점 '맘편한 힐링타임'

롯데면세점은 다문화 결혼이주여성에게 문화예술을 통한 치유의 경험을 제공하는 'mom(맘)편한 힐링타임'을 진행한다고 23일 밝혔다.

'mom편한 힐링타임'은 국제결혼을 통해 한국에 이주·정착한 다문화가정 여성을 대상으로 문화예술에 대한 경험과 다양성의 가치를 이해하는 프로그램을 제공하는 롯데면세점의 새로운 사회공헌 활동이다. 'mom편한'은 여성과 아이들을 위한 롯데그룹의 사회공헌 브랜드로, 롯데면세점은 'mom편한' 브랜드를 활용하여 '다문화가정 여성들을 응원하고 재충전의 시간을 선물한다'는 의미를 담았다.

mom편한 힐링타임의 첫 번째 테마는 '향수(鄕愁)'다. 참가자들은 서울시립미술관에서 미술품 전시 관람, 향초 및 향초 받침대 만들기 등의 문화체험 프로그램을 통해 잠시나마 고향에 대한 그리움을 달래고, 다문화 결혼이주여성으로서 겪는 고민을 함께 나눌 수 있는 시간을 가질 예정이다.

롯데면세점은 이번 프로그램에 참여할 다문화 결혼이주여성 총 80명을 선착순 모집한다. 모집 기간은 9월 23일부터 10월 7일까지이며 참가 비용은 무료다. 프로그램은 10월 21일부터 20명씩 4차례에 걸쳐 진행할 예정이다. 자세한 내용은 롯데면세점 공식 SNS 채널에서 확인할 수 있다. /신원선 기자

이마트 '잭슨자몽' 출시

쓰지않고 껍질 쉽게 벗겨져

이마트가 쓰지 않고 달콤하면서 이지필(쉽게 껍질을 벗길 수 있거나 껍질이 없다는 의미)이 장점인 '잭슨자몽'을 단독 출시한다.

이마트는 지난 9월 1일 국내 최초로 '잭슨' 품종의 화이트 자몽을 선보인데 이어, 잭슨자몽(4~5입)을 23일부터 일주일간 신세계 포인트 적립 시 약 30% 할인한 4980원에 판매한다고 밝혔다. '잭슨 자몽'은 이마트 해외소싱팀이 단독으로 수입했으며, 현재 이마트만 판매하고 있다. 남아프리카 공화국이 원산지인 '잭슨' 품종은 과육이 노란 '화이트 자몽'으로 당도가 높고 쓴 맛이 덜한 신품종이다. 잭슨 자몽의 당도는 12브릭스 내외로 일반 자몽의 당도(보통 10브릭스)보다 높다. /신원선 기자