

# 선의 경쟁 vs 형제의 난... '가격인상' 놓고 기사움 팽팽

## 에이스침대-시몬스 언론전

시몬스 “에이스침대 등과 달리 2년째, 올해도 가격 동결” 보도에 에이스침대 “2위와 격차 확 벌려” 보도자료서 시몬스 견제성 발언



안성호 에이스침대 대표



안정호 시몬스 대표

선의의 경쟁일까, 갈등의 시작일까. 침대업계 ‘형제의 난’이 나타나는 모양새다.

업계 1위 에이스침대와 2위 시몬스가 새해 벽두부터 ‘가격’을 놓고 팽팽하게 살바싸움을 벌이면서다.

에이스침대 안성호 대표와 시몬스 안정호 대표는 형제지간으로, 안유수 에이스침대 명예회장의 장남·차남이다.

에이스침대는 9일 낸 보도자료에서 “지난해 백화점 매출이 역대 최고인 1700억원을 돌파하며 불황에도 불구하고 업계 2위와의 격차를 확 벌렸다”고 밝혔다.

‘업계 2위’는 다름아닌 시몬스 침대를 이야기한다.

금융감독원 전자공시에 따르면 2021

년 기준으로 에이스침대는 3464억원의 매출과 767억원의 영업이익을 거뒀다. 같은해 시몬스는 매출 3054억원, 영업이익 184억원을 기록했다.

형이 운영하는 에이스침대가 동생의 시몬스를 앞지르며 업계 1위를 지키고 있는 모습이다.

이날 에이스침대가 언론사에 배포한 보도자료는 시몬스가 지난 2일 낸 내용에 대한 반박 성격이 짙다.

시몬스는 새해 첫 출근날 보도자료를 통해 “2022년에 이어 2023년에도 가격 인상 계획이 없다”고 밝혔다.

그러면서 시몬스는 국내외 침대 전문 브랜드인 에이스침대, 템퍼, 쉘리침대 뿐만 아니라 매트리스 렌탈을 하는 코웨이 그리고 종합가구사인 한샘, 현대리바트가 지난해에 가격을 모두 올린데 이어 올해도 가격을 인상했거나 예정하고 있다고 설명하며 차별화해 나갔다.

그후 일주일 뒤 형 회사는 동생 회사의 이같은 ‘도발’에 강하게 반박했다.

에이스침대는 “(우리회사는) 최근만 5년간(2017년 12월 ~ 2022년 12월) 단 2차례 가격을 인상했다”면서 “최근 2년째 가격을 동결한다고 홍보하고 있는

시몬스의 경우 실제 2017년 말부터 6차례, 특히 2021년에 3차례나 가격을 인상했다”고 언급하면서다.

실제 시몬스는 코로나 팬데믹이 한창이던 2021년 4·7·11월에 고가 및 대형 사이즈 매트리스(8~15%), 침대프레임(10%), 뷰티레스트블랙(최대 10%) 등의 가격을 순차적으로 올렸다.

다만 최근 2~3년새 ‘시몬스 맨션’을 통해 직영점을 확대하고 있는 시몬스는 대리점 체제 중심이던 2017~2018년 당시의 가격 인상은 본사에서 관여할 수 있는 상황이 아니었던 만큼 이를 직접 비교하긴 힘들다는 입장이다.

에이스침대도 2021년 4월에 매트리스(14%)와 프레임(8%) 가격을 인상했다.

에이스침대는 그러면서 “이는 동일 기간 내 인기 매트리스 가격 인상을 비교했을 때도 확연하게 대비된다”며 “실제로 시몬스의 매트리스 ‘윌리엄’과 ‘헨리’의 경우 2017년 12월 대비 65%~87% 가량 인상된 것에 반해 에이스침대 베스트셀러인 ‘하이브리드테크’ 레드와 블루는 약 30~33% 가량 인상에 그쳤다”고 구체적인 제품명까지 언급하

며 가격 논쟁에 불을 붙인 시몬스를 꼬집었다.

시몬스는 앞서 낸 보도자료에서 “에이스침대는 2022년 최대 20% 가격을 올렸으며 쉘리침대와 템퍼도 두 차례에 걸쳐 가격 인상을 단행했다”고 덧붙이기도 했다.

다만 지난해 12월 한 차례에 걸쳐 평균 10~14% 가격을 올렸던 에이스침대는 “올해 인상 계획은 없다”고 밝혔다.

가구업계 관계자는 “코로나 팬데믹 기간 교체 수요 증가로 호시절을 보낸 가구업계가 지난해 시장이 크게 위축된 데 이어 올해엔 더욱 어려워지며 생존을 걱정해야 하는 시기를 맞고 있다”면서 “이런 시점에서 침대업계 1·2위이자 형제가 각각 경영하는 두 회사의 팽팽한 줄다리기는 사실이 걸린 업계의 긴박한 상황을 보여주고 있는 것”이라고 전했다.

한편 업계 1·2위인 에이스침대, 시몬스가 올해 가격 인상 계획이 없는 것과 달리 외국계인 쉘리침대가 연초부터 최대 10%를 인상하는 등 주요 침대·매트리스 회사들의 ‘인상 러시’가 이어지고 있다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

## “추가근로제 일몰에 폐업 위기... 대책 마련을”

중소중앙회-한무경의원 토론회 중소조선업 근로자 73% 임금 감소 절반 이상은 생계유지위해 ‘투잡’ ‘현장에 맞는 개선방안 도출돼야’

인력난에 허덕이고 있는 중소기업계가 연장근로 단위기간 확대 등 대책을 시급히 마련해줄 것을 정부·정치권에 촉구하고 나섰다.

30인 미만 영세 사업장이 크게 의지해왔던 8시간 추가연장근로제가 지난해 12월 31일자로 일몰됨에 따라 사람 구하기가 더욱 힘들어졌기 때문이다.

중소기업중앙회는 국민의힘 한무경 국회의원과 공동으로 9일 서울시 여의도 국회에서 기자회견과 ‘근로시간제도, 왜? 어떻게? 바뀌어야 하나’를 주제로 토론회를 개최했다.

이날 중소기업·소상공인 단체는 호소문을 통해 “작년말로 8시간 추가연장근로제가 사라지면서 수많은 영세사업장은 근로시간 제약에 막혀 일감을 포기하고 최악의 경우 사업을 접어야 할 위기에 처했다”면서 “연장근로시간을 노사 간 합의에 따라 자유롭게 연·분기·분기·월 단위 중에 선택할 수 있도록 ‘연장근로 단위기간 확대’ 법제화를 조속히 추진해야 한다”고 밝혔다.

중소기업계에 따르면 특근이 많은 중소기업의 경우 근로자의 73.3%가 주52시간제 시행 이후 임금이 감소했



중소기업중앙회와 국민의힘 한무경 의원이 9일 국회 의원회관에서 공동 개최한 ‘근로시간제도, 왜? 어떻게? 바뀌어야 하나’ 토론회에서 (앞줄 왼쪽 6번째부터) 정윤모 중소기업중앙회 상근부회장, 한무경 의원, 이영 중기부 장관, 주호영 국민의힘 원내대표 등 참석자들이 기념촬영을 하고 있다. /중소중앙회

다. 또 절반 이상이 생계유지를 위해 ‘투잡’을 뛰느라 오히려 삶의 질이 낮아진 것으로 나타났다.

한무경 의원은 개회사에서 “미래노동시간연구회가 정부에 제출한 노동시장 개혁과제에도 근로시간을 유연화하는 방안이 포함되어있는 만큼 기업과 근로현장에 맞는 근로시간 운영방안을 새롭게 마련해야 한다”고 밝혔다.

중소기업 대표 단체인 중소기업중앙회 정윤모 상근부회장은 “8시간 추가연장근로제 일몰에 따라 정부가 1년의 계도기간을 주긴 했지만 임시방편일 뿐 중소기업의 우려를 완전히 해소하기에는 역부족”이라며 “정부와 국회가 근로시간 제도의 근본적 개선에 적극 나서 중소기업 현장에 맞는 제도 개선 방안이 도출되길 바란다”고 전했다.

이날 토론회에선 한국공학대학 이상희 교수, 아주대 이승길 교수가 각각 ‘중소벤처기업 근로시간제도 개편의 필요성과 과제’와 ‘근로시간제도 개혁의 방향과 과제’를 주제로 진행했다.

이상희 교수는 “우리나라는 일본·프랑스 등보다 근로시간 단축이 지나치게 급격하게 이뤄졌다”며 “부담능력이 적은 국내 소기업 현실을 고려해 추가연장 필요성이 일부라도 인정되면 연장해야 한다”고 말했다.

또 이승길 교수는 “11시간 연속 휴식시간제 도입으로 사실상 일 단위로 연장근로를 제한하는 것은 개선 취지와 맞지 않다”며 “근로자 건강권을 해치지 않는 범위 내에서 일의 특성을 고려하거나 단체협약으로 휴식시간의 예외를 인정해야 한다”고 주장했다. /김승호 기자

## 홈쇼핑 ‘일사천리’ 통해 중소기업 판로 지원

바다숲감태 등 일반방송 전환

홈쇼핑이 지역 중소기업 판로 확대에 앞장서고 있다.

홈쇼핑은 우수 중소기업 발굴, 입점, 판매까지 지원하는 대표적인 판로 지원 사업인 ‘일사천리’를 통해 좋은 반응을 얻은 바다숲감태, 청해우진도곱창김, 바다한끼해물모듬이 지난 2일부터 6일까지 일반방송으로 전환됐다고 9일 밝혔다.

이들 상품은 홈쇼핑의 ‘찾아가는 MD상담회’를 통해 발굴한 상품으로 지역 중소기업과 MD들이 호흡을 맞춰 가며 마케팅을 한 결과 일반방송으로 편성하게 됐다.



홈쇼핑이 일사천리 방송을 통해 선보인 ‘진도 곱창김’.

특히 지난 5일에 방송한 ‘청해우진도 곱창김’은 방송 시작과 동시에 1억3000만원 매출, 2300세트 주문수를 기록하며 고객들에게 큰 반응을 얻기도 했다.

/김승호 기자

## 신세계까사, 부산에 ‘카르페디엠베드’ 팝업

신세계백 부산 센텀시티점서 15일까지

신세계까사(SHINSEGAE CASA)가 신세계백화점 부산 센텀시티점에서 ‘카르페디엠베드(CARPE DIEM BEDS)’ 팝업 스토어를 열고 오는 15일까지 운영한다. 9일 신세계까사에 따르면 카르페디엠베드는 지난해 5월부터 아시아 지역 최초로 독점 수입 판매하는 스웨덴 침대 브랜드로 이번 팝업 스토어를 통해

부산 지역에 첫 선을 보인다.

카르페디엠베드 센텀시티 팝업 스토어에선 카르페디엠베드의 대표 제품인 산도, 하르마노, 말로를 포함한 주요 라인업을 직접 체험하고 브랜드 전문가를 통한 전문 상담도 받을 수 있다. 고객이 직접 선택 가능한 헤드보드, 다릿발, 패브릭 소재 등 다양한 옵션도 함께 전시해 카르페디엠베드만의 차별화된 커스터마이징 시스템을 경험할 수 있다. /김승호 기자

## 비스티비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



- ▲ “김만배, 2017~19년 언론사 2곳 인수 시도”
- ▲ 울겨울 최악 미세먼지 엄습... 금요일 비 온 뒤 얼어질 듯 /사진 뉴스스

- ▲ 새벽 재난문자에 ‘화들짝’...강화서 규모 3.7 지진, ‘피해 없어’
- ▲ 실내 마스크 완화 기준 충족... ‘변이·해외상황 종합 판단’



- ▲ ‘필로폰 투약’ 돈스파이크, 1심 점유... “수사협조·범행인정” /사진 뉴스스
- ▲ 지역아동센터 돌봄 오후 8시까지로 연장... 종사자 처우도 개선