

계열분리 수순?... 메가마트 신동익, 농심 지분 잇단 매도

〈부회장〉

신 부회장, 2월부터 7차례 팔아 자산 8675억 메가마트 분리면 농심그룹, 대기업집단서 빠져 농심 “계열분리 계획은 없어”



신동익 메가마트 부회장 /메가마트

농심그룹 창업주 고(故) 신준호 농심 명예회장의 3남 신동익의 메가마트 부회장이 농심 지분을 처분하고 있어 관심이 쏠린다.

18일 금융감독원에 따르면 신 부회장은 지난 5일 농심 주식 3356주를 장내매도했다. 처분단가는 45만5483원이다. 이번 매도로 신 부회장의 농심 주식수는 12만4056주에서 12만700주로 축소됐다.

앞서 올해 2월부터 일곱차례에 걸쳐 농심 지분을 장내매도 하기도 했다. 총 277만3500주로, 각 종가를 고려했을 때 총 액수는 60억1200만원에 달할 것으로 추정된다.

이에 신 부회장의 농심 지분율은 올해 2월초 2.23%에 달했지만, 수차례의 매도 수순을 거치며 1.98%로 낮아졌다. 일각에서는 신 부회장의 잇단 농심 주식 처분이 계열사 분리를 위한 것으로 보고 있다.

농심그룹은 지난해 5월 자산총액 5조원 이상의 공시대상집단지업(대기업 집단)으로 신규 지정됐다.

공정거래법에 따라 자산 5조원 이상 기업 집단은 공시의무 대상으로 사익 편취 규제가 적용된다. 내부거래, 일감 몰아주기 등의 규제를 받게 되면서 형제간 계열분리의 필요성이 높아졌다.

현재 농심그룹은 농심홀딩스를 지배 회사로 농심, 율촌화학 등 상장사 3개, 비상장사 47개 등 총 50개의 계열사를 거느리고 있다.

문제는 계열사간 내부거래 비중이 높다는 점이다. 포장재 기업인 율촌화학은 지난해 매출 4815억원의 절반에 육박하는 2225억원을 계열회사 간 상품·용역 거래로 올렸다.

농심태경과 엔디에스, 농심미분, 농심기획 등 다수 계열사의 내부거래 비중도 20~60%에 달한다. 그동안 공정

위 감시에서 벗어나 있었지만 대기업 집단에 지정되면서 규제를 피할 수 없는 상황이다.

농심그룹은 장남 신동원 회장이 농심, 차남 신동운 회장이 율촌화학, 3남 신동의 부회장이 지난해 6월부터 농심그룹의 비상장 계열사인 메가마트 대표이사직을 각각 맡고 있다.

지난해 말 기준 자산총액 8675억원인 메가마트를 계열분리할 경우 농심그룹은 다시 대기업집단에서 빠질 수 있다. 메가마트는 지주사인 농심홀딩스와 지분관계가 없어 계열분리에 걸림돌이 없다.

신 부회장은 2021년 3월 농심홀딩스 사내이사직을 내려놨으며 농심홀딩스 지분은 갖고 있지 않다.

이에 농심 측은 “계열 분리 계획은 없다”라고 전했다.

/최빛나·신원선 기자 vitna@metroseoul.co.kr



한우자조금 ‘소프라이즈’ 한우세일

한우자조금관리위원회가 18일 서울 중구 한국프레스센터에서 추석 맞이 대규모 한우 할인판매 행사를 알리고 있다. ‘소프라이즈 2023 대한민국 한우세일’ 행사의 일환으로 오는 28일까지 진행된다. /손진영 기자 son@

청정원 호밍스 우삼겹 스키야키 선택

외식 물가 상승으로 가정간편식 시장이 급성장함에 따라 대상 청정원이 소비자들의 다양한 입맛과 식품업계 트렌드를 반영한 메뉴로 가정간편식 시장을 선도하고 있다.

청정원의 간편식 전문 브랜드 ‘호밍스(Home:ings)’는 신제품 ‘우삼겹 스키야키’를 출시한다고 18일 밝혔다. 청정원은 ‘우삼겹 스키야키’를 통해 한식을 넘어 다양한 글로벌 메인요리를 간편식으로 즐기길 원하는 소비자들의 수요를 겨냥할 계획이다.

이번에 선보이는 ‘우삼겹 스키야키’는 한국인이 좋아하는 국물 요리로, 달큰한 간장 베이스를 활용해 스키야키 전골의 맛을 재현했다. 말린 가다랑어를 진하게 우려낸 육수가 특징이며 우삼겹만 더했을 뿐만 아니라 청경채, 배추, 숙주, 느타리버섯, 표고버섯 등 채소도 풍성하다.

/이청하 기자 mlee236

간편식·해외여행 등 ‘인기’ 추석 쇼핑키워드 #명절해방

G마켓, 최근 열흘간 판매동향 분석 축산가공품 30%, 즉석밥 46% 성장 해외여행 상품 348%, 국내 14% ↑

G마켓이 18일 추석을 앞둔 최근 열흘(4일~13일) 간 판매동향을 분석해 올해 한가위 쇼핑 키워드로 ‘명절해방’을 제시했다.

먼저, 음식은 ‘간편식’이 인기다. 지난해 추석 프로모션 동기 대비(22/8/15-8/24) ▲축산가공식품 30% ▲간편조리식품 15% ▲즉석밥/컵밥 46% 등이 모두 성장세를 보였다. 지난 11일부터 시작한 ‘한가위 빅세일’에서도 3일 만에 ‘피코크 떡갈비’가 2억3000만원, ‘닭갈비’가 1억4000만원, 추어탕이 9000만원, ‘프레시지 LA갈비’가 5000만원의 판매고를 기록해 식품 베스트 상품 상위 랭킹을 기록했다.

신선식품은 제품수산물물 찾은 수요가 많았다. 행사 3일차 기준, 태안 왕새우(2억3000만원), 완도산 활전복(2억1000만원), 태안 활꽃게(2억원) 등이 베스트 순위를 차지했다.

최대 12일을 쓸 수 있는 긴 연휴의 영

향으로 여행수요도 급증했다. 전체 여행상품 거래액이 전년 대비 2배 이상(128%) 증가한 가운데 해외여행은 348%, 국내여행은 14% 각각 올랐다. 한가위 빅세일 3일차 베스트 여행상품으로, ‘파라다이스시티 호텔숙박권’이 2억8000만원을, ‘에버랜드 종일권’이 2억2000만원, ‘경주 더보문풀빌라 숙박권’이 5000만원, ‘제주신라호텔 숙박권’이 4000만원의 매출을 기록했다. 추석이 임박해, 연휴에 바로 사용할 수 있는 국내여행 상품이 인기를 끄는 것으로 보인다.

이 외, 명절에 국한하지 않고 평소 필요했던 다양한 품목을 쇼핑하는 것도 주목할 만한 트렌드다.

전통적인 추석 풍경이 희미해진 ‘작은명절’ 분위기 속에도 쇼핑 지갑은 활짝 열렸다. 1인당 평균 구매액단가를 분석해 보니, 식품중가공식품은 28%, 건강식품 14%, 신선식품 6% 각각 증가했고, 유아동상품 중 의류는 21%, 패션잡화는 10% 증가했다. 이외, 여성이류(36%), 남성이류(6%), 여행상품(146%)이 각각 증가세를 보였다. /최빛나 기자



김봉하 믹솔로지스트가 18일 서울 등촌동 ‘홈플러스 메가푸드마켓’ 강서점에서 ‘블랑 앤 블랑’ 캔카테일을 선보이고 있다. /홈플러스

홈플러스 ‘블랑 앤 블랑’ 캔카테일 출시

믹솔로지스트 김봉하 대표와 협업

홈플러스는 국내대표믹솔로지스트(Mixologist) 김봉하와 협업해 음용과 휴대가 간편한 ‘블랑 앤 블랑’ 캔카테일을 단독 출시했다고 18일 밝혔다.

이번에 선보이는 캔카테일은 국내 1세대 믹솔로지스트 김봉하 대표가 운영하는 서울 청담동 바 ‘믹솔로지’의 시그니처 카테일 ‘블랑 드 블랑’을 캔 타입으로 구현한 상품이다. 전국 홈플러스 점포에서 1캔 4500원, 3캔 9900원에 판매한다.

‘블랑 앤 블랑’은 라임과 샤인머스캣 향이 싱그럽고 아름다운 풍미를 선사한다. 라임의 상큼한 산미가 돋보이는

첫 맛에 이어 샤인머스캣과 화이트와인의 달콤함, 탄산의 청량감으로 마무리되는 깔끔한 끝 맛이 특징이다.

김봉하 믹솔로지스트는 유명 예능 프로그램을 통해 인기몰이를 했던 ‘얼그레이 하이볼’ 주재료인 ‘믹솔로지스 모키 얼그레이 시럽’의 개발자다. 그는 상품 개발 경험을 살려, ‘블랑 앤 블랑’ 개발 과정에서도 실제 카테일과 가장 유사한 맛을 내기 위해 홈플러스바 이어와 10회 이상의 사전 테스트를 거쳤다. /최빛나 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

하이트진로, 가을맞이 진로 컬러에디션 3종

진로가 가을을 맞아 진로에 색을 입혔다.

하이트진로는 가을 시즌을 반영한 ‘진로’의 컬러 에디션 3종을 한정 출시한다고 18일 밝혔다. 원하는 컬러의 진로를 찾는 재미를 통해 술자리에 색다른 즐거움을 주고 젊은 소비자들과 지속적으로 소통하겠다는 전략이다.

이번 진로 한정판은 주황, 노랑, 연두색의 컬러 라벨로 계절감을 표현한 것이 특징이다. 특히 컬러별 가을의 정취를 만끽하는 두꺼비 심볼을 더해 패

키지에 차별화를 주고 젊은 소비자들의 감성을 자극하고자 했다. 하이트진로는 기존 진로와 컬러 에디션을 함께 운영할 예정이며, 제로슈거-진로의 초 짙은 맛과 16도의 순한 목넘김은 동일하다. 진로 컬러 에디션은 약한 달간 주요 음식점, 주점 등 유흥 채널에서 판매될 예정이다. /최빛나 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

쿠광, 월 5만2000원 캐시백 ‘와우카드’

KB국민카드와 손잡고 연내 출시

쿠광이 4분기 내로 KB국민카드와 손잡고 전월 실적 상관 없이 매월 쿠광에서 구매 시 4%(기본 적립 2%+추가 프로모션 2%), 쿠광 외 구매 시 1.2%(기본 적립 0.2%+추가 프로모션 1%)까지 적립할 수 있는 ‘쿠광 와우 카드’를 론칭한다고 18일 밝혔다.

매월 최대 5만2000원까지 되돌려 받아 적립률과 적립 한도 등이 업계 최고 수준이다.

‘쿠광 와우 카드’는 와우 회원만 가입할 수 있는 제휴카드로, 쿠광뿐 아니라 모든 온·오프라인 가맹점에서 사용하더라도 업계 최고 수준의 캐시를 되돌려 받을 수 있다는 데 초점을 맞췄다. /신원선 기자 tree6834@