

영업익 줄고 행동펀드 갈등... '에세 체인지' 방경만, 숙제 산적

(KT&G 사장 후보)

KT&G 사추위, 주총에 선임안 제출
중남미·아프리카 신시장 개척 과제
FCP서 '경영권 승계' 인사 반대
경영진 우호지분 확대 등도 비판



방경만 사장 후보. /KT&G

KT&G의 차기 사장 후보로 방경만 KT&G 수석 부사장이 선정된 가운데, 경영권 승계를 둘러싼 잡음과 해결해야 할 과제들이 산적하다.

KT&G 사장후보추천위원회(사추위)는 백복인 사장의 후임으로 방 수석 부사장을 점찍고, 3월 말 정기 주총에서 차기 사장 선임안을 올릴 방침이다.

KT&G 사추위 측은 방 수석 부사장이 회사 내 주요 보직을 두루 거친만큼 적임자라고 설명했다.

방 수석 부사장은 1971년생으로 한국외국어대학교 경제학과를 졸업하고 미국 뉴햄프셔대학교에서 경영학 석사 과정을 밟았다. 1998년 KT&G의 전신인 한국담배인삼공사에 입사한 후 브랜드실장, 글로벌본부장 전략기획본부장, 사업부본부장 등을 역임했다.

하지만, 행동주의펀드인 FCP 측은 KT&G가 또다시 내부 인사를 밀고 있으며, 이는 재단을 이용한 경영권 승계라고 주장한다.

실제로 KT&G는 2002년 민영화 이후 4명의 사장 모두 내부 인사에서 선출했다. 현재 임기 만료를 앞둔 백복인 사장의 경우 2015년 10월 취임해 2018년, 2021년 연달아 연임에 성공하면서 9년간 사장직을 지냈다.

KT&G 재단의 지배구조를 살펴보면, 민영진 전 사장은 지난 2015년 퇴임 이후 현재까지 복지재단 이사장직을

유지하고 있으며 최근 연임을 포기한 백 사장도 장학재단 이사장을 겸임하고 있다. 이 재단들은 모두 KT&G가 지분을 보유하고 있다.

FCP는 KT&G가 자사주 1000만여 주를 매각하지 않고 재단과 기금에 무상으로 증여해 경영진에 대한 우호 지분을 늘렸다고 비판했다.

그러나 KT&G 측은 "재단과 기금 출연에 대해 두 차례 감사위원회와 한 차례 이사회를 통해 내용을 검토한 결과, 경영상 필요성이 인정되고 출연 규모와 조건이 과다하지 않았으며 법령상 요구되는 제반 절차가 모두 준수됐다"고 설명했다. 또 "처분 자사주의 절반에 달하는 주식은 직원이 직접 출연하는 우리사주조합에 대한 유상출연 등이었다"며 FCP 측의 일부 주장은 사실이 아니라고 덧붙였다.

한편, 주총에서 사장 선임이 확정되면 방 부사장은 2027년까지 4조원을 투입해 관련 수출, NGP(전자담배), 건기식 등 3대 핵심사업을 집중적으로 육성해 연간 10조 원 매출액 달성을 위한

회사 비전 달성을 위해 속도를 낼 것으로 예상된다.

방 수석 부사장이 브랜드실장 재임 시 출시한 '에세 체인지'는 현재 국내 시장 점유율 1위 브랜드로 국내 관련담배시장 점유율 반동의 계기를 마련한 것으로 평가받는다. 또 글로벌본부장 재임 때에는 해외시장별 맞춤형 브랜드 포트폴리오 구축으로 진출 국가 수를 40여개국에서 100여개국으로 확대하는 등 해외시장 공략에 박차를 가해 사상 최초로 글로벌 매출 1조원을 돌파하는 성과 창출을 주도하기도 했다.

KT&G의 지난해 연결기준 매출액은 5조8724억원으로 역대 최고치를 기록했지만, 영업이익은 전년 동기 대비 7.9% 감소한 1조1679억원을 기록했다.

국내 흡연 인구가 감소함에 따라 해외 관련 매출 제고를 위해 기존 주력 시장인 중동과 독립국가연합 지역을 기반으로 시장 잠재력이 큰 중남미와 아프리카 등 신시장 개척이 필수적이다. 경영 성과 외에 FCP와의 갈등도 해결해야 할 과제다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

파리바게뜨

베리 굿 딸기 페어 누적판매 120만개

파리바게뜨는 지난달 10일 선보인 '2024 베리 굿 딸기 페어'의 베이커리 제품이 누적 판매량 120만 개를 돌파하며 좋은 반응을 얻고 있다고 25일 밝혔다.

파리바게뜨는 매년 가장 달콤하고 신선한 제철 딸기를 활용한 베이커리를 선보이는 '2024 베리 굿 딸기 페어'를 진행하고 있다. 올해는 높은 당도와 신선도를 자랑하는 제철 딸기를 활용한 베이커리를 출시, 새콤달콤한 맛과 화사한 핑크빛 비주얼로 온오프라인에서 긍정적인 반응을 얻으며 6주만에 누적 판매량 120만 개 이상의 높은 판매고를 기록했다.

올해 딸기 가격이 급등해 소비자들의 부담이 커진 가운데, 딸기 페어를 통해 상대적으로 부담 없이 딸기를 즐길 수 있었던 것이 인기 요인으로 분석된다. 또한 딸기를 베이커리와 함께 다양한 방식으로 경험할 수 있도록 다채로운 맛과 비주얼로 선보인 점도 소비자들의 이목을 끌었다.

주요 제품은 ▲겉은바삭 속은 촉촉한 핑크마블 데니쉬 빵 사이사이에 상큼한 딸기요거트 크림을 샌드한 '핑크스트로베리 데니쉬' ▲쫄득한 찰떡으로 감싼 딸기와마스코포네 치즈가 어우러진 '생딸기 찰떡앙빵' 등이다.

/신원선 기자

이마트 "정호영 셰프 요리, 실속 가격에 맛보세요"

품질·가격 경쟁력 높은 피코크 선배
나가사키 짬뽕탕·마제우동 2종 출시



피코크 '카텐 마제우동'(왼쪽)과 '카텐 나가사키 짬뽕탕'. /이마트

이마트가 품질과 가격 경쟁력을 높인 피코크 상품을 잇따라 선보인다. 일품 요리도 실속 있는 가격에 즐길 수 있는 신제품을 출시함과 동시에 기존 상품은 고객 관점에서 리뉴얼해 재출시하는 방식이다.

먼저 맛집과 협업한 신제품을 선보인다. 피코크는 2013년부터 '순희네 빈대떡', '초마', '진진' 등 노포부터 미쉐린 레스토랑까지 아우르는 폭넓은 맛집 협업으로 다수의 히트상품을 선보여왔다. 이번엔 일식 전문 정호영 셰프가 운영해 젊은 층을 중심으로 인기가 많은 연화동의 '카텐'과 손잡고 인기 메뉴 2종을 밀키트로 선보이게 됐다.

지난 17일 출시한 제품 2종은 카텐의 비법을 그대로 담은 '나가사키 짬뽕탕'

과 '마제우동'이다.

'피코크 카텐 나가사키 짬뽕탕'은 진한 사골 육수에 새우, 백합조개 등 시원한 해물이 더해져 술안주로 제격인 국물 요리다. '피코크 카텐 마제우동'은 쫄깃한 우동면과 돼지고기, 수란, 부추, 가쓰오부시 등 다양한 재료들을 함께 섞어먹는 제품으로, 다채로운 식감을 즐길 수 있다.

각종 해물과 채소를 면과 함께 매콤

하게 볶아낸 쟁반짜장도 밀키트로 출시했다. 피코크 쟁반짜장은 2인분에 9980원으로, 1인당 5000원도 안 되는 가격에 푸짐한 중식 요리를 맛볼 수 있어 경제적이다.

기존 피코크 상품들은 고객 의견을 적극 반영해 업그레이드 하고 있다. 지난 1월 리뉴얼 출시한 '피코크 샤브샤브 요리재료 밀키트'가 대표적이다. 구성품 중 쓴맛으로 인해 호불호가 강했

던 적근대와 비타민을 제외하고, 고객들이 함께 곁들여 먹었다는 후기가 많았던 숙주와 표고버섯, 느타리 버섯을 풍성하게 추가했다. 담당 바이어가 리뉴얼 과정에서 'e-Trend' 시스템의 도움을 특별히 받은 결과다.

피코크는 상품 경쟁력을 지속적으로 높이기 위해 고객 의견을 수렴할 수 있는 창구도 확대하고 있다. 지난 1월 이마트 앱 내 피코크 브랜드관인 '피코크 브랜드스퀘어'를 개설한 것. 브랜드스퀘어란 고객이 브랜드를 팔로우 하여 쇼핑에 유익한 혜택과 정보를 얻는 공간이다.

이곳에서 고객들은 피코크 상품에 대한 의견을 자유롭게 제시하고, 이용자 간 레시피를 공유한다. 피코크 개발자와 바이어는 다양한 고객 의견을 수렴해 더 나은 상품을 기획할 수 있다.

/신원선 기자



고객이 GS25에서 자체 간편결제 시스템 GS Pay를 이용하여 상품을 구매하고 있다. /GS리테일

GS25 'GS페이' 간편결제 사용률 1위

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 자체 페이인 GS 페이가 지난달 간편 결제 수단 중 사용률 1위를 달성했다고 25일 밝혔다.

GS 페이는 지난 21년 8월 론칭한 GS리테일이 선보인 간편 결제 시스템이다. 고객이 GS 페이에 신용카드나 결제 계좌를 1회만 연동하면 클릭 한 번에 GS25, GS더프레시, GS샵 등 GS리테일의 모든 브랜드를 편리하게 이용할 수 있다. 또한 GS 페이로 상품을 결제할 경우 GS&포인트 2% 적립(계좌결제 시), 행사상품 추가 할인 등의 혜택도 다양하다.

GS25는 결제의 편의성, 안전성, 매월 펼쳐지는 파격적인 행사들을 비롯해 편의점, 슈퍼마켓, 홈쇼핑을 잇는 통합적 록인 효과가 GS 페이의 사용빈도를 높인 것으로 분석하고 있다. 실제 GS Pay의 1월 결제 건수는 전년 동기 대비 104% 신장하는 등 2배 넘게 증가했다.

/신원선 기자

SSG닷컴, 스프링 패션 위크 등 할인전

온앤온 시즌북북 공개 등 진행

SSG닷컴은 26일부터 다음달 3일까지 일주일간 패션 카테고리 행사를 동시에 진행한다고 25일 밝혔다. 스테디셀러 시즌 의류 행사와 디자이너 브랜드 큐레이션을 함께 운영하며 봄 패션 수요를 공략한다는 계획이다.

먼저 '스프링 패션 위크'를 열고 입점 브랜드 시즌 신상품과 스테디셀러를 한데 모아 선보인다. '온앤온' 시즌 북북을 공개하고 최대 20% 할인하며 '세인트제임스', '조이그라운드' 등의 인기 브랜드도 혜택가에 만나볼 수 있다.

팬톤 선정 '올해의 컬러'인 '피치 퍼

즈' 색상의 포인트 아이템도 제안한다. 복숭아 빛의 이 색상은 따뜻한 분위기를 자아낼 수 있는 점이 특징이다.

디자이너 브랜드 중심의 큐레이션 매장 '룩업'은 레더와 스웨이드 제품을 테마로 운영한다. 클래식 기반의 프렌치 라이프스타일 컨템포러리 브랜드 '르세지엠'의 가죽 자켓과 팬츠, 석징해 디자이너가 전개하는 '브크'의 가방류를 대표 상품으로 준비했다.

행사 기간 매일 패션, 명품 등에 적용 가능한 12% 할인 쿠폰을 선착순 제공한다. SSG페이 행사카드 결제 시 청구할인도 최대 7%까지 받을 수 있다.

/신원선 기자

신세계면세점-이스턴에디션, 업무협약

아트 브랜딩 강화 일환 맞춘

신세계면세점이 라이프스타일 브랜드 '이스턴에디션'과 아트 브랜딩 강화를 위한 업무협약을 체결했다.

신세계면세점은 지난 23일 서울 종로 태오양스튜디오에서 양호진 신세계면세점 전무와 손건일 상무를 비롯해 이스턴에디션의 임대선 대표, 양태오 대표, 홍혁진 대표 등 양사 주요 관계자들이 참석한 가운데 브랜딩 업무협약을 체결했다고 25일 밝혔다. 이번 업무협약을 통해 차별화된 마케팅 활동 협업을 펼쳐 브랜드 간 시너지 창출에 나설 것으로 기대된다.

이스턴에디션은 한국 본연의 미학과 전통 공예로부터 영감을 동시대적 감각으로 풀어내는 라이프스타일 브랜드다. 아키텍처다이제스트(AD)에서 한국인 최초로 세계 최고의 인테리어 디자이너 100인으로 선정된 양태오 디자이너가 총괄 아트디렉터를 맡고 있으며 공간 및 제품 디자인을 직접 기획해 세간의 큰 주목을 받으며 급부상하고 있다.

먼저 양사는 신세계면세점 캐릭터인 '폴앤바니'를 앞세운 시그니처 '향' 개발에 나선다. 캐릭터 지식재산권(IP)을 적극 활용해 신세계면세점만의 독자적인 브랜드 이미지를 만든다는 방침이다.

/신원선 기자