

유니클로, 역대급 실적 행진... 韓 점포확대 등 경쟁력 강화

올해 3조엔 이상 매출 달성
국내 최대규모 롯데월드점 오픈
온·오프라인 연계 서비스 강화



유니클로 롯데월드몰점 입구에 위치한 대형 로고

/유니클로

일본 캐주얼 의류 브랜드 유니클로가 나홀로 성장을 이어가고 있다. 매출 성장세에 따라 한국 시장 공략도 가속화 될 전망이다.

14일 업계에 따르면 유니클로가 3년 연속 기록적인 실적을 달성하며 본격적인 시장 확장에 나선 모양새다. 지난 10일 유니클로 모회사 페스트리테일링이 발표한 2024년 회계연도 실적발표에 따르면 유니클로는 3조1038억엔이라는 연간 매출을 달성했다. 전년 대비 12% 증가한 수치다. 영업이익 역시 성과를 보였다. 유니클로는 전년 대비 31% 상승한 영업이익의 5009억엔을 달성했다.

엔화 약세가 기업을 성장을 견인했다는 시각도 존재하지만, 3조엔이 넘는 매출액은 유니클로에게 이례적인 성과

다. 로이터 통신에 따르면 매출액이 처음으로 3조엔을 넘어섰다. 유니클로 CEO는 “연간 매출 10조엔을 달성하겠다”는 목표를 밝혔다.

한국 시장에서의 성장세도 괄목할 만하다. 금융감독원 전자공시시스템에 따르면 유니클로 에프알엘코리아의 2022

년 9월부터 2023년 8월의 회계연도 매출액은 전년 동기 대비 30% 증가한 9219억원, 영업이익은 전년 동기 대비 23% 증가한 1412억원을 기록했다.

에프알엘코리아는 유니클로 일본 모기업인 페스트 리테일링과 롯데쇼핑의 합작 법인으로, 2005년 한국에 첫 진출

한 뒤 현재 3343명의 직원을 두고 있다.

지난 2019년 한일 분쟁에서 비롯된 일본 상품 불매운동인 ‘노노재팬’이 벌어지던 대한민국의 상황을 돌아보면, 이 역시 이례적이라는 게 업계 평가다. 지난 2020년 에프알엘코리아의 매출은 6298억원에서 2021년 5824억원으로 감소했다. 점포 수 역시 2019년 말 기준 187개였던 점포가 143개로 준 바 있다.

앞으로 한국 시장을 공략하기 위해 유니클로가 내놓은 공략은 점포 수 확대다. 유니클로는 지난 9월 잠실 롯데월드몰에 국내 최대 규모 매장인 유니클로 롯데월드점을 오픈했다. 이어 유니클로 동대문점, 유니클로 일산 덕이점, 유니클로 롯데 광고점을 추가로 개점했다. 오는 18일과 31일에는 유니클로 스타필드마켓 죽전점, 유니클로 홈플러스 상봉점 개점을 앞두고 있다.

O2O(온·오프라인연계) 서비스도 한국 시장 공략책 중 하나라는 게 유니

클로 측의 설명이다. O2O 서비스는 소비자가 온라인에서 제품이나 서비스를 검색하거나 예약해, 오프라인 매장에서 이를 체험하거나 구매할 수 있도록 하는 방식이다. 실제 유니클로는 지난 5일 자체 커뮤니티 패션 플랫폼 ‘스타일헨트’를 국내 첫 출시한 바 있다.

이 외에도 유니클로는 특수 기능성 소재인 퍼프테크를 활용한 제품을 선보이며 시장 공략에 나섰다. 퍼프테크는 유니클로와 일본 화학 소재 기업인 도레이가 함께 제작한 고기능성 섬유다. 섬유의 일부를 머리카락 5분의 1 크기로 굵고 가늘게 제작해 발수기능을 추가하고, 충전재 빠짐 기능을 보완했다는 게 유니클로 측의 설명이다.

패션업계의 한 관계자는 “저렴한 가격과 좋은 질로 인해 소비자들이 스파(SPA) 브랜드를 많이 찾는 경향 자체가 유니클로 성장에 한 몫한 점도 있는 것 같다”고 분석했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

삼바, ‘에스-하이콘’ 공개... CDO 사업 박차 (위탁개발)

제형 개발역량 확장... 플랫폼 고도화
고농도 의약품 시장 수요 선제 대응



삼성바이오로직스 제3공장 전경

삼성바이오로직스가 고농도 제형 개발 플랫폼인 ‘에스-하이콘(S-HiCon)’을 론칭하며 위탁개발(CDO) 사업을 더욱 확장한다. 이번 론칭으로 삼성바이오로직스가 올해 출시한 CDO 플랫폼은 4개로 늘어났으며, 총 9개의 기술 플랫폼을 보유하게 됐다

삼성바이오로직스는 지난 9~11일 일본 요코하마에서 열린 ‘바이오 재팬(BIO JAPAN 2024)’에서 ‘에스-하이콘’을 공식적으로 처음 공개했다고 14일 밝혔다. 삼성바이오로직스는 최근 증가하는 고농도 의약품 시장 수요에 선제적으로 대응하기 위해 ‘에스-하이콘’을 출시했다. 고농도 제형 의약품은 저농도 제형 의약품 대비 동일한 약효를 내는 데에 필요한 약물 투여 용량이 적어 피하주사제 및 안구투여 주사제 개발 시 활용된다. 보관 및 운반 비용을 줄일 수 있다는 장점도 있어 최근 수요가 크게 증가하고 있다.

고농도 제형을 개발하는 과정에서는 점도가 증가하고 수소이온 농도가 변하는 문제가 발생하지만, 삼성바이오로직스는 점도 및 수소이온 농도 조절에 영향을 미치는 올바른 부형제 선택을 통해 문제를 해결했으며, 200mg/ml 이상의 초고농도 제형 개발 데이터 축적에 성공했다. 통상 업계에서 150mg/ml 이상의 제형을 고농도 제형, 200mg/ml 이상의 제형을 초고농도 제형으로 간주한다.

또한 본격적인 제형 개발 단계 진입에 앞서, 고객사가 원하는 농도까지 농축이 가능한지 확인하는 ‘농도 게이트 체크 단계’를 추가해 고농도 제형 개발

실패 리스크를 감소시켰다.

삼성바이오로직스는 ‘에스-하이콘’을 통해 저농도부터 초고농도까지 제형 개발 역량을 확장함으로써 한층 강화된 CDO 서비스를 제공할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

‘에스-하이콘’이 공개됨에 따라 삼성바이오로직스가 올해 출시한 CDO 플랫폼은 4개로 늘어났다. 지난 9월 ‘2024 바이오 프로세스 인터내셔널’에서 항체의 항암 효과를 증대시키는 ‘에스-에이퓨초’와 고품질의 단백질 생산을 지원 하는 ‘에스-옵티차지’를 공개했으며, 6월 ‘2024 바이오 인터내셔널 컨벤션’에서는 고농도 세포 배양 개발 지원 플랫폼 ‘에스-텐시파이’를 공개한 바 있다.

삼성바이오로직스는 지난 2019년 CDO 사업을 시작한 이후 사업 확장은 물론 초격차 경쟁력 확보에 집중해 왔다. 이를 통해 지난 2019년 42개였던 CDO 제품수는 지난해 말 112개까지 2.5배 가량 늘어났고, 지난 2분기 기준 120개로 증가한 상태다.

/이세경 기자 seilee@

尹 대통령, 신임 주중대사에 김대기 내정 (前 대통령비서실장)

한중관계 개선 역할 기대



(前 대통령비서실장)

윤석열 대통령은 14일 신임 주(駐)중국대사에 김대기 전 대통령비서실장(사진)을 내정했다.

정진석 대통령비서실장은 이날 용산 대통령실에서 브리핑을 통해 이같은 소식을 전했다.

정 실장은 김 내정자에 대해 “오랜기간 경제부처에서 근무하면서 한중 FT A, 한중 무역갈등 해소 등 중국과의 경제협력 사업을 추진한 정책 경험이 풍부하다”며 “또한 평소 경제 문제를 중심으로 한중 관계에 깊은 관심을 갖고 중국의 사회, 역사, 문화에 천착해 왔을 뿐 아니라 수준급의 중국어 구사력도 갖췄다”고 내정 배경을 설명했다.

김 내정자는 1956년생으로 서울대 경제학, 미국 펜실베이니아대 경영학 석사

과정을 밟았다. 기획예산처 예산총괄심의관과 재정운영실장, 이명박 정부 청와대 경제수석·정책실장 등을 역임했다. 또 윤석열 정부 초대 대통령비서실장을 역임하다 지난해 말 물러났다. 정부부처 근무 당시 원칙을 중시하고 합리적이라는 평가를 받은 것으로 알려졌다.

윤 대통령이 전직 비서실장 출신을 주중대사로 임명한 것은 한중관계 개선에 대한 윤 대통령의 의지라는 평가다. 최근 한일중 정상회의의 재개 등으로 인해 한중관계가 회복세로 들어선 가운데, 윤 대통령이 김 내정자에게 한중관계 개선에 역할을 맡길 것이라는 전망이 나온다.

/서예진 기자 syj@

비용 효율화 통해 AI 등 신사업 뒷받침

>> 1면 ‘실적부진 재계...’서 계속

최근 탈통신을 선언하고 인공지능(AI) 신사업을 통해 성장 돌파구를 마련키로 선언한 만큼 관련 인력을 대거 채용하는 한편 비주력 사업의 인건비 등 비용 절감 시도에 나서고 있는 것. 신사업의 수익화를 위해서는 관련 기술 등 인프라에 대한 투자 비용이 막대해 비용 효율화를 꾀하기 위함으로 분석된다.

특히 KT는 김영섭 KT 대표 취임 이후 첫 구조조정에 시동을 걸고 있다. 이날 업계에 따르면 KT는 오는 15일 이사회를 열고 신설 법인 2곳의 설립 안건을 의결한다. 신설 자회사는 KT오에스피(KT OSP)와 KT피앤엠(KT P&M)이다. 두 곳 모두 KT 지분 100% 자회사다. 내년 1월 1일자로 법인 설립 등기를 마칠 예정이다.

KT는 설립될 두 자회사에 KT 본사 인력 3780여명 가량을 전출한다는 방침이다. KT는 특별 희망퇴직도 단행한다. 이는 지난해 김 대표 취임 후 첫 희망퇴직이다. 대상은 실근속 10년 이상 직원 가운데 정년 1년 이상 남은 직원이다. KT의 이번 인력 조정 규모는 6000여명에 달하는 것으로 알려졌다.

SK텔레콤도 희망퇴직을 유도하고 나섰다. 지난 2019년부터 운영하던 휴직 제도인 ‘넥스트 커리어’ 퇴직 격려금 최대 금액을 종전 500만원에서 3억원으로 상향한 것, 넥스트 커리어는 희망자가 2년간 유급 휴직을 하고 창업 등 다양한 시도 후 본인의 의사에 따라 복직 또는 퇴직할 수 있도록 한 프로그램이다. 이를 두고 인력 조정의 선제 단계라는 분석이 나온다.

/구남영 기자 koogija_tea@

고용보험 상시가입자 1545만명... 8개월 연속 상승폭 둔화

종합건설업 14개월째 감소

올해 고용보험 상시가입자가 지난해 동월 대비 1.3% 증가하면서 8개월 연속 상승폭이 둔화했다. 건설업 가입자의 경우 종합건설업을 중심으로 14개월 연속 감소를 기록했다.

고용노동부가 14일 발표한 ‘2024년 9월 고용행정 통계’를 보면 노동시장 동향에 따르면, 지난달 고용보험 상시가입자는 1545만명으로, 지난해 동월 대비 1.3%(19만4000명) 증가했다.

고용보험 상시가입자수 증가폭은 1

월 34만1000명으로 고점을 찍고 4월 24만4000명, 5월 24만명, 6월 22만6000명, 7월 22만3000명, 8월 22만명, 9월 19만4000명으로 8개월 연속 감소를 보였다.

업종별로는 올해 건설업 고용보험 가입자가 전년 동월 대비 1만5000명 줄어 들면서 14개월째 감소를 거듭하고 있다. 건설업 가입자 수는 지난해 8월 처음으로 0명을 기록한 12월까지 감소를 이어갔다. 지난 1월 2000명 감소로 소폭 반등했으나, 2월부터 가입자 하락이 계속되며 8월에는 1만3000명이 감소했

다. 하반기 건설업 업황 전망이 밝지 않아 고용보험 가입자 수 감소세는 지속 될 것으로 예상된다.

제조업 고용보험 가입자는 385만 5000명으로, 전년 동월 대비 3만명 증가했다. 기타운송장비, 식료품, 자동차, 화학제품 등 대부분 업종에서 증가했으나, 섬유, 의복, 모피 등은 감소했다. 전체 제조업 고용보험 가입자 중 외국인을 제외하면 내국인 가입자 수는 9000명 감소했다. 제조업 내국인 가입자 수는 지난해 10월부터 감소세를 이어가고 있다.

/김대환 기자 kdh@