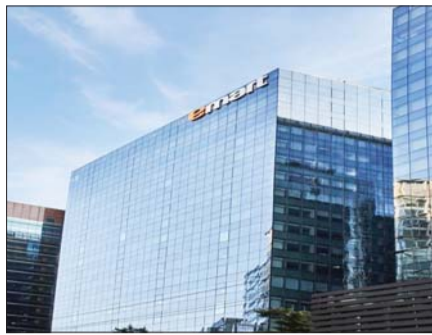


‘주총시즌 성큼’... 유통가 ‘빅3’ 사외이사 모셔오기 분주

이마트 신규 사외이사 후보에 이준오 회장·최지혜 연구위원

롯데지주 감사위원 후보 서영경 롯데쇼핑 조현근 등 2명 후보에

신세계 진희선 전 서울시 부시장 주주총회사 사외이사 후보 올라



이마트 본사 전경.



롯데타워 전경.



신세계 백화점 강남점 전경.

주주총회 시즌이 성큼 다가온 가운데, 주요 유통사들이 관료 및 학계 인사, 유통 전문가를 사외이사로 영입하는 데 주력하는 모습이다. 전문가 영입을 통해 더욱 가속화된 트렌드 변화에 대응하려는 움직임으로 풀이된다.

12일 금융감독원 전자공시시스템에 따르면, 이마트는 주주총회 안건으로 이준오 세무법인 영광 회장과 최지혜 서울대학교 소비트렌드연구위원을 신규 사외이사 후보로, 김재욱 한국유통학회 이사 겸 한국프랜차이즈학회장을 신규 감사위원 후보로 공시했다.

이준오 세무법인 영광 회장은 1967년 생으로, 국제청 조사국장 겸 중부지방국세청장을 지낸 인사다. 최지혜 연구위원은 1985년생으로, 서울대 소비트렌드 분석센터에서 김난도 서울대학교 소비자학과 교수와 함께 ‘트렌드 코리아’ 시리즈를 발간하고 있다.

김재욱 한국유통학회 이사는 1997년부터 고려대학교 경영대학원 유통전문경영자과정 주임 교수를 역임했으며, 같은 해부터 중소기업청 중소기업 시책자문위원회 자문 위원으로도 활동 중이다.

롯데지주는 서영경 연세대학교 국제학대학원 객원교수를 신규 감사위원 후보로 공시했다. 서 교수는 미국 조지 워싱턴 대학교에서 경제학 박사 학위를 취득한 후, 한국은행 금융통화위원회

위원을 역임한 바 있다.

롯데쇼핑은 신규 사외이사 후보로 조현근 전 풀무원샘물 대표이사과 히로유키 카나이 토키와 코퍼레이션 대표를 선정했다.

조 전 대표는 1988년부터 2007년까지 필립모리스 인터내셔널 아시아 총괄을 맡았으며, 2009년부터 2016년까지 글로벌 주류기업 디아지오에서 마케팅·신제품 개발 이사, 아시아태평양·일본 대표이사 등을 역임했다.

히로유키 카나이는 2020년 일본 화장품 기업 토키와 코퍼레이션에 전무로 입사한 뒤, 2021년 부사장을 거쳐 2022년부터 대표이사직을 맡고 있다.

신규 사외이사 선임 배경으로 “유통업은 소비심리와 밀접한 관련이 있으며, 특히 1~2인 가구 증가와 온라인 쇼핑 확대로 소비자 행동 변화가 더욱 가속화될 가능성이 높다”며 “소비 트렌드 전문가가 이사회에 참여해 주요 의사결정 과정에서 다양한 방안을 제시하는 것은 회사 발전에 큰 도움이 될 것”이라고 밝혔다.

동시에 고위 관료 및 학계 인사가 사외이사로 선임되는 기존 관행에서 크게 벗어나지 못했다는 지적도 나온다.

한 업계 관계자는 “유통 환경이 빠르게 변화하는 만큼, 기존처럼 고위직과 학계 인사를 중심으로 한 사외이사 선임보다는 유통 현장과 밀접하게 맞닿아 있는 인물들이 더 많이 참여해야 한다”고 말했다.

한편, 유통업계에서는 오는 20일 신세계, GS리테일, 호텔신라가, 21일 롯데쇼핑이 주주총회를 개최한다. 이어 25일에는 한화칼러리아, 26일에는 이마트, CJ, KT&G, 현대백화점, BGF리테일이 주주총회를 열 예정이다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

신세계百貨, 브루넬로 쿠치넬리 키즈 팝업 오픈

강남점 10층서 6월 말까지 운영 이탈리아 장인 제작제품도 제공



신세계백화점 강남점 10층 브루넬로 쿠치넬리 키즈 팝업 전경. /신세계백화점

신세계백화점이 오는 6월 말까지 강남점 10층에서 이탈리아 하이엔드 브랜드 ‘브루넬로 쿠치넬리’ 키즈 팝업스토어를 운영한다고 12일 밝혔다.

브루넬로 쿠치넬리는 최고급 양털 니트 의류로 유명한 이탈리아 고급 의류 브랜드다. 면 소재로 제작된 신생아 제품군을 비롯해 점프·셔츠·티셔츠·바지·신발 등을 선보인다.

특히, 클래식한 디자인에 현대적인 스타일을 접목해 이탈리아 현지에서 장

인들이 직접 제작한 제품을 제공한다는 게 회사 측 설명이다.

이번 팝업스토어에서는 인기 상품인 한정 수량으로 마련됐다. 대표 상품으

로 ▲남아 스웨이드 재킷 (10세 이상) ▲여아 데즐링 봄버 재킷 (10세 이상) (350만원) 등이 있다.

구매 고객 대상 혜택도 준비했다. 이달 16일까지 100만원 이상 구매 시 브루넬로 쿠치넬리 에코백을 선착순으로 증정한다.

신세계백화점 선현우 패션담당은 “부모와 아이가 함께 패션을 공유하며 럭셔리 라이프스타일을 향유하는 트렌드가 확산하고 있다”며 “럭셔리 아동 상품에 대한 관심과 수요가 높아진 만큼 고객 눈높이에 맞는 다양한 제품을 선보일 것”이라고 말했다. /안재선 기자

정관장 “흥이장군 사고 굿즈 할인 받아요”

신학기 맞아 한정판 오티즘 굿즈 판매

정관장이 3월 신학기를 맞아 ‘흥이장군’ 구매 시 할인 구매할 수 있고, 동시에 기부도 되는 한정판 오티즘 굿즈를 판매한다고 12일 밝혔다.

굿즈의 디자인은 오티즘(자폐성장애)과 함께 다름을 이해하고 존중하는 세상을 표현한 것으로 오티즘과 비장애 어린이의 시각으로 바라본 함께 어울리는 세상을 확인할 수 있다. 굿즈는 지퍼 과일백, L자과일, 스프링노트 등 아이들이 신학기에 사용할 수 있는 학용품 세트 구성되어 있다.

한정 수량으로 제작된 굿즈는 20일까지 전국 가맹점과 직영점, 백화점, 대형마트에서 ‘흥이장군’ 제품 구매 시 특별 할인 가격에 구매할 수 있다. 굿즈를 판

매한 수익금과 ‘흥이장군’ 매출액의 일부는 한국자폐인사랑협회에 기부될 예정이다.

한국자폐인사랑협회는 2006년 보건복지부로부터 사단법인 설립 인가를 받아 자폐성장애인의 자립 및 사회통합과 자폐성 장애 가족의 복지증진을 위한 제반 활동을 추진해 나가고 있는 비영리 공익단체다.

정관장은 2018년도부터 한국자폐인사랑협회가 진행하는 자폐성 장애 인식 개선 캠페인에 지속적으로 후원해 왔으며, 지난 7월부터 2월까지 총 8개월간 장애 인식 개선을 위해 오티즘과 비장애 유·초등부 아동을 대상으로 그림 공모전 ‘흥이와 함께 오티즘과 함께’를 진행했다.

/신원선 기자 tree6834@

“데일리샷 앱 주문, 와인모어 점포서 픽업”

신세계L&B, 일주일간 와인 할인행사

신세계L&B는 13일 주류 전문 플랫폼인 ‘데일리샷’에 와인앤모어(Wine&More)가 신규 입점 한다고 12일 밝혔다.

데일리샷 어플리케이션(앱)에서 ‘와인앤모어’의 상품을 주문하면, 원하는 와인앤모어의 점포(전국 44개)에서 픽업할 수 있다.

신세계L&B는 데일리샷 입점을 기념해 13일부터 19일까지 일주일간 유명 인기 와인의 할인행사를 진행한다.

부르고뉴의 유명 생산자인 ‘도멘 A.F 그로’의 ▲도멘 A.F 그로 본 로마네오레아, ▲도멘 A.F 그로 부르고뉴 오프 쇼프 드 누 등 12품목을 할인 판매하며, ▲아뮤즈 부세 2022 도 특가로 만나볼 수 있다. 또한 ▲발렌타인 23년, ▲일라이저 크레이그 프라이빗 배럴 등 인기 위스키도 할인하여 판매한다.

그밖에도 매월 와인앤모어의 인기 상품을 MD가 엄선해 데일리샷을 통해 소개할 예정이다.

데일리샷은 지난 3월 기준 월간 활성화 이용자(MAU) 수 130만명, 누적 앱 설치 수 212만 건을 돌파한 국내 1위 온라인 주류 플랫폼이다.

프리미엄 주류를 구입해 원하는 매장서 픽업하는 서비스를 기반으로 주류 관련 콘텐츠와 고객의 실구매 리뷰를 함께 제공하며 입문자부터 애호가를 아우르는 주류 생활 필수 앱으로 자리 잡았다.

신세계L&B 관계자는 “데일리샷 입점을 통해, 와인앤모어가 엄선한 주류 상품을 다양한 고객에게 소개할 수 있어 기쁘다”며 “앞으로도 신세계L&B의 주류 유통 및 판매 역량을 발휘해 이색적이고 즐거운 주류 쇼핑 경험을 제공할 것”이라고 말했다. /신원선 기자

컬리, 2년간 라이브방송 누적 조회수 5500만 회

리테일 테크 기업 컬리가 지난 2년간 (2023년~2024년) 자체 라이브 방송 누적 조회수가 5500만 회를 넘어섰다고 12일 밝혔다.

회당 평균 시청자 수 17만명, 평균 거래액은 2억 7000만원을 기록했다는 게 회사 측 설명이다.

컬리에 따르면, 컬리 어플리케이션에서만 진행되는 라이브 방송이 시장에 안착한 요인에 가격과 배송이 영향을 미쳤다. 컬리는 브랜드와 협업을 통해 최대 70% 할인 혜택을 제공하는 한편, 방송 시청 중 상품을 주문하면 다음 날 아침 바로 받아볼 수 있는 배송 서비스를 진행 중이다.

지난 2년 동안 컬리 라이브 방송에 식품·패션·뷰티 등 총 120여 개 브랜드가 참여해 성과를 올렸다는 게 컬리 측 설명이다. /안재선 기자

뚜레쥬르, 신제품 ‘흑미로운 찹쌀빵’ 출시

‘흑미로운 흑미단’ 체험단 진행

CJ푸드빌이 운영하는 베이커리 뚜레쥬르가 ‘흑미로운 찹쌀빵’을 새롭게 선보인다고 12일 밝혔다.

뚜레쥬르는 ‘건강한 데일리 베이커리’의 브랜드 핵심가치와 본질을 지키며 매년 건강한 베이커리 제품 라인업을 확대해왔다. 특히 이번 신제품은 ‘식빵 맛집’ 뚜레쥬르가 선보이는 맛과 영양을 모두 잡은 제품으로 찹쌀과 흑미를 넣어 건강한 한 끼로 부담 없이 즐길 수 있다.

‘흑미로운 찹쌀빵’은 찹쌀 탕종을 활용해 찰진 식감을 살렸으며, 쫄쫄하고 촉촉해 씹을수록 은은한 단맛이 퍼지는 것이 특징이다. 또한 고소한 흑미



쌀알이 콧속 박혀 있어 입 안에서 툭툭 터지는 재미있는 식감도 느낄 수 있다. 찹쌀과 흑미의 고소한 풍미와 부드럽고 쫄깃한 식감이 어우러진 제품으로 손으로 뜯어 먹을 때 가장 맛있게 즐길 수 있다. 또한 토스트를 하면 겉은 바삭하고 속은 촉촉하게 즐길 수 있다.

한편 뚜레쥬르는 건강한 한 끼의 의미를 전파하고 소비자들이 다양한 경험을 재미있게 공유할 수 있도록 ‘흑미로운 흑미단’ 체험단을 진행한다. /신원선 기자