

백종원 더본코리아 대표 연일 논란... 가맹사업 위기감 고조

백 대표, 고가·위생 등 구설수 이달에만 두 차례 사과문 발표
상장 이후 주가 약 45% 하락



백종원 더본코리아 대표이사(가운데)가 더본코리아 기업설명회에 참석해 발표를 하고 있다.

/손진영 기자 son@

백종원 대표의 대중 인지도와 브랜드 파워를 앞세웠던 '더본코리아'가 기업 공개(IPO) 이후 각종 논란에 휘말리며 브랜드 위기 국면에 접어들었다. 최근 출점 감소, 가맹점 철수, 제품 위생 논란 등 연이은 악재 속에 오너 리스크까지 겹치며 이중고를 겪고 있는 것.

27일 금융감독원에 따르면, 지난해 더본코리아 산하 25개 외식 브랜드의 점포 수는 총 3066개로 전년 대비 281개 증가(10.1%)했다. 그러나 외형 성장과 달리 실질적으로 출점 수가 증가한 브랜드는 8곳뿐이며, 이 중 263개 점포가 '빡다방'에 집중됐다. '빡보이피자', '역전우동', '홍콩반점0410', '한신포차' 등 나머지 브랜드는 각각 3~40여 개 수준의 출점에 그쳤다.

특히 절반이 넘는 13개 브랜드는 폐점 수가 출점을 웃돌았다. 논란이 됐던 '연돈볼차즈'는 지난해 단 한 곳의 신규 출점도 없이 18곳이 문을 닫았으며, '직원 블랙리스트' 의혹으로 노동 당국의 조사를 받고 있는 '새마을식당' 역시

101개에서 92개로 줄었다. '고속우동', '낙원곱창', '킵반' 등은 가맹점이 단 한 곳도 없는 상태로 사실상 사업이 정체된 상황이다.

점포 수 성장세가 정체된 더본코리아는 연초부터 '빡햄'의 고가 논란을 시작으로 원산지 허위 표시, 위생 문제, 제품 구성 논란 등 각종 이슈에 휘말렸다. 올 설 명절 당시 판매한 가공육 '빡햄'은 가격 부풀리기, 성분 함량 부족으로 질타를 받아 생산 중단까지 이르렀다. 또 2023년 출시한 갈갈 맥주는 과즙 함량 부족으로 도마 위에 올랐다. 외국인

재료로 만든 '백종원의 백석된장'과 '한신포차 낙지볶음'의 원산지를 국산으로 표기해 원산지표기법 위반 혐의로 형사 입건되기도 했다.

소비자의 신뢰를 흔드는 논란이 줄줄이 이어지는데다 액화석유가스법, 건축법, 농지법 위반으로 행정처분과 형사 고발까지 이어지며 법적 리스크까지 불거진 상태다.

가장 최근에는 더본코리아가 판매 중인 '백종원 만능볶음소스'가 홍콩산 캔 더굴소스를 기반으로 한 '기성 소스에 물을 타서 비싸게 판매했다'는 비판을

받기도 했다.

더본코리아 측은 해당 소스가 "팬더 굴소스 17%에 물엿, 혼합간장, 정제수 등 부재료를 혼합한 자체 개발 제품"이라고 해명했으나, 소비자들의 불신은 쉽게 가라앉지 않는 분위기다. 사태가 악화됨에 따라 더본코리아 가맹점주 일부는 계약 해지를 고려하고 있는 것으로 알려졌다.

이러한 연이은 구설은 더본코리아와 협업 관계를 유지해온 파트너사에게도 영향을 미치고 있다.

대표적인 사례가 편의점 CU다. CU는 지난 10년간 백종원 대표와 협업해 약 550종의 간편식을 출시했으며, 누적 판매량은 4억6000만 개에 달한다. 특히 백 대표의 간편식은 '편도족'이라는 신조어를 탄생시킬 만큼 편의점 간편식 시장을 견인해왔다. 그러나 최근 오너 리스크가 불거지며 CU 내부에서도 추이를 주시하고 있다. 아직 협업을 중단하진 않았지만, 백 대표의 이미지 실추가 장기화될 경우 일부 제품 생산을 축소하거나 대체 브랜드 도입을 검토할 가능성도 배제할 수 없다.

더본코리아는 지난해 11월 상장 첫날 주가가 5만1400원을 기록했지만, 최근

에는 2만8000원대로 약 45% 하락한 상태다. 브랜드 이미지에 크게 의존하는 프랜차이즈 업계 특성상, 오너 리스크는 직접적인 사업 영향으로 이어질 수 있다는 우려가 커지고 있다.

백종원 대표는 이달에만 두 차례에 걸쳐 사과문을 발표하고 수습에 나섰지만, 등 돌린 소비자들의 신뢰도를 회복할 수 있을지는 의문이다.

지난 19일 발표한 사과문에서 백 대표는 "생산과 유통 과정에서 발생한 잘못들을 깊이 반성하며, 원산지 표기 문제를 포함해 모든 제품의 설명 문구에 대해 철저히 검사하겠다"며 "법적 사항을 포함한 모든 문제에 대해 신속히 개선하고 외부 전문가로 구성된 상시감시 시스템을 도입하겠다"고 약속했다.

외식업계 관계자는 "더본코리아는 지금까지 '백종원'이라는 브랜드 그 자체로 성장해온 회사"라며 "하지만 이제는 브랜드의 신뢰를 회복하기 위한 구조적 개혁과 경영 투명성 확보가 무엇보다 시급한 시점"이라고 말했다. 이어 "프랜차이즈 본사와 가맹점주 간의 상호 신뢰 구축을 위해 투명한 경영과 소통이 필수적"이라고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

CJ 4D플렉스, 전 세계에 4DX 상영관 세운다

글로벌 극장 체인 AMC 파트너십 방준식 대표 "중요한 이정표 될 것"



글로벌 74개국 1211개 특별 상영관을 운영 중인 CJ 4D플렉스(PLEX)가 세계 최대의 극장 체인인 AMC 엔터테인먼트(이하 'AMC')와 손잡고 미국, 유럽 등 전 세계로 뻗어 나간다.

CJ 4DPLEX는 AMC와 전 세계에 65개의 스크린(SCREEN)X 및 4DX 상영관 개설을 위한 파트너십 계약을 체결했다고 27일 밝혔다.

AMC는 현재 전 세계 900개 극장과 1만 개의 스크린을 운영하고 있으며, 현재 유럽에서 오데온(Odeon)이라는 극장명으로 6개의 SCREENX 상영관을 운영 중이다. 이번 계약에 따라 양사는 미국과 유럽 전역에 SCREENX 상영관 25개, 4DX 상영관 40개 등 총 65개

관을 선보인다. 새로운 상영관은 AMC의 주요 전략 시장에 선보일 예정이며, 할리우드 블록버스터 시즌인 올 여름부터 순차적으로 오픈할 계획이다.

이 중 대부분은 미국 시장에 선보일 예정으로 CJ 4DPLEX의 글로벌 확장에서 중요한 이정표가 될 전망이다. 이번 파트너십을 통해 연간 2억2500만 명의 AMC, 오데온 관람객들에게 새로운 영화 관람 경험과 기술을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

AMC 애덤 아론 회장 겸 CEO는 "CJ 4DPLEX와 이번 파트너십을 통해 SCREENX와 4DX라는 혁신적인 영화 관람 경험을 AMC 관객들에게 제공하게 되어 매우 기쁘며 이는 전 세계 수백

만명의 관객들에게 가장 몰입감 있고 최첨단의 영화 경험을 선사하고자 하는 우리 노력의 중요한 진전"이라며 "AMC는 영화 관람의 의미를 재정의하는 혁신 기술과 프리미엄 경험을 적극적으로 수용하며 업계 선도하고 있다"고 말했다.

CJ 4DPLEX 방준식 대표이사(사진)는 "세계 최대의 극장 체인인 AMC와 CJ 4DPLEX 역사상 가장 큰 규모의 협약을 체결하게 돼 매우 기쁘다"며 "이번 협약은 전 세계적으로 SCREENX와 4DX의 인기가 급증하고 있음을 보여주는 동시에 영화 산업이 지속적으로 혁신을 거듭하고 차별화된 엔터테인먼트 요소를 관객에게 제공하고 있음을 확인한 중요한 이정표가 될 것"이라고 말했다.

/신원선기자

현대백, 미식 프로모션 '다이닝 위크' 운영

식당가 유명 레스토랑 40% 할인

현대백화점이 내달 6일까지 전 점포에서 미식 프로모션 '다이닝 위크'를 연다. 앞으로도 매월 정기 행사로 운영할 계획이다.

현대백화점에 따르면, 다이닝 위크는 오후 5시 이후 백화점 식당가 내 유명 레스토랑을 40% 할인된 가격에 즐길 수 있는 외식 이벤트다.

현대백화점은 최근 식당가 매출이 늘면서 미식 프로모션을 기획하게 됐다고 설명했다.

현대백화점에 따르면, 지난 1월 1일부터 3월 26일까지 압구정본점·무역센터점 등 백화점 식당가 매출이 전년 대비 12.6% 증가했다. 같은 기간 3040 고객의 백화점 식당가 매출은 31.7% 늘었다.



더현대 서울 식당가에 미식 프로모션 '다이닝 위크'를 알리는 안내문이 붙어있다. /현대백화점

현대백화점 관계자는 "최근 미식에 대한 고객들의 관심과 선호가 높아져 백화점 내 레스토랑을 찾는 고객들이 크게 늘고 있다"며 "앞으로도 고객들이 더 편안한 환경에서 식사를 즐길 수 있는 환경과 서비스를 마련하기 위해 노력할 것"이라고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@

롯데마트·슈퍼 주류 행사 '宙酒총회' 개최

롯데마트·슈퍼가 2025년 상반기 주류 행사 '주주(宙酒)총회'를 내달 9일까지 개최한다. 롯데마트와 창고형 할인점인 롯데마트맥스를 비롯해 그랑그로 서리 도곡점, 잠원점을 포함한 롯데슈퍼 28곳에서 진행한다.

주주총회는 집 주(宙)와 술 주(酒)를 조합한 명칭으로 롯데마트와 슈퍼가 1년에 2번 진행되는 연중 최대 주류 행사다. 인기 와인을 비롯해 위스키, 사케, 맥주 등 500여 종의 주류 상품을 할인가에 제공한다.

/안재선 기자

SSG닷컴, 호남지역 '쓱 새벽배송' 서비스

광주 신선보장제도·정시배송 적용

SSG닷컴이 CJ대한통운 물류 인프라를 바탕으로 '쓱 새벽배송'을 광주광역시까지 확대한다고 27일 밝혔다.

이달 28일부터는 광주광역시 남구·동구 전역과 북구·서구 일부 지역 고객이 밤 10시까지 새벽배송 상품을 주문하면, 다음 날 오전 7시까지 상품을 받아볼 수 있다. 내달 3일부터는 광산구를 포함한 광주 전역으로 서비스가 확대된다.

SSG닷컴은 차별화된 장보기 상품과

서비스, 배송 경쟁력을 바탕으로 광주 지역 고객의 쇼핑 편의를 극대화할 계획이다.

이를 위해 광주 지역 내 새벽배송 신선식품에 '신선보장제도'를 적용한다. 새벽배송으로 받아온 신선식품이 신선하지 않다고 판단한 고객은 상품 사진을 올려 간편하게 환불받을 수 있다.

정시 배송도 보장한다. 상품이 늦게 도착하는 경우, 주문 금액을 최대 10만 원까지 SSG머니로 환급해 준다.

/안재선 기자

롯데쇼핑, SBTi '온실가스 감축 목표' 승인

국내 유통업계 최초 승인

롯데쇼핑이 지난 12일 국내 유통업계 최초로 '과학 기반 감축 목표 이니셔티브(SBTi)'로부터 온실가스 감축 목표 승인을 받았다고 27일 밝혔다.

SBTi는 탄소정보공개 프로젝트(CD P), UN글로벌compact(UNGC), 세계자연연구소(WRI), 세계자연보호기금(WWF) 등이 공동 설립한 글로벌 민간 협력체로, 기업의 탄소 감축 목표가 과학적 기준에 부합하는지 검증한다.

롯데쇼핑에 따르면, 이번 승인받은

감축 목표에는 자사에서 발생하는 직접 및 간접 온실가스 배출은 물론, 유통업 전 과정에 걸친 공급망에서의 배출까지 포함됐다.

이에 롯데쇼핑은 직·간접 온실가스 배출을 줄이기 위해 ▲고효율 LED 및 냉방·냉동 쇼케이스 사용 ▲태양광 자가발전 설비 설치 등을 추진할 계획이다. 또한, 유통업 공급망 전반에서 발생하는 온실가스를 감축하기 위해 파트너사, 물류, 고객 등 체계적인 관리에 나설 방침이다.

/안재선 기자