

현대백그룹, 단일 지주회사 체제 전환... '형제경영' 강화

백화점·그린푸드 자회사로 편입
3317억 규모 현물출자 유상증자
정지선 38.1%, 정교선 28.0%
현대지에프홀딩스 지분 확보

현대백화점그룹이 현대지에프홀딩스를 중심으로 단일 지주회사 체제로 전환한다. 그룹 컨트롤타워를 통해 계열사간 시너지를 높여겠다는 계획이다.

현대백화점그룹이 5일 한국거래소에 단일 지주회사 체제로 전환했다고 공시했다. 지주회사 현대지에프홀딩스가 현대백화점과 현대그린푸드를 공개매수 한 후 자회사로 편입시키는 방식으로 총 3317억 원 규모의 현물출자 유상증자가 이루어졌다. 현물출자 방식의 유상증자는 주식을 매수하는 대가로 현금이 아닌 자사 신주를 교환 비율에 따라 발행하는 것을 말한다.

현대지에프홀딩스는 지난달 11일부터 이달 1일까지 현대백화점과 현대그린푸드에 대한 공개매수를 진행했다. 현대지에프홀딩스는 주주들로부터 각각 현대백화점 420만 1507주와 현대그린푸드 948만 4011주를 받고 그 대가로 자사 신주 9857만 6164주를 발행했다.



현대백화점 압구정 본점.

/현대백화점그룹

이로써 현대지에프홀딩스는 현대백화점 지분 30.0%와 현대그린푸드 지분 38.1%를 확보해 최대 주주가 됐다.

정지선 현대백화점그룹 회장과 정교선 현대백화점그룹 부회장은 이번 현물출자를 통해 각각 38.1%와 28.0%의 현대지에프홀딩스 지분을 확보했다. 주식 교환 전 정교선 부회장은 23.8%, 정지선 회장은 12.7%의 지분을 보유하고 있었다. 교환을 통해 두 형제의 지분 합계도 기존 36.5%에서 66.1%로 1.8배 늘었다. 현대지에프홀딩스는 앞으로 그룹의 지주회사로서 그룹 전체의 컨트롤 타워 역할에 집중할 예정이다.

현대지에프홀딩스 관계자는 "단일 지주회사 중심의 새로운 지배구조 구축으로 경영 효율성 제고와 그룹 내 계열사간 시너지 극대화로 '비전 2030' 달성에 탄력이 붙게 될 것"이라며 "현대지에프홀딩스의 경우 현대백화점으로 부터 받게 되는 배당 수입 등으로 재무 안정성을 도모할 수 있을 것"이라고 말했다.

현대지에프홀딩스는 과거 현대그린푸드와 인적분할 하던 당시 자사주 약 10%를 소각하고 최소 150억 원의 배당금을 지급하겠다고 밝혔다.

앞서 현대지에프홀딩스는 주식 공개

매수 당시 주가와 공개매수가의 차이가 컸으나 청약 결과 청약률 91.27%를 기록했다. 지난달 14일 현대백화점은 7만 800원, 현대 그린푸드는 1만 2320원에 각각 거래를 마쳤다. 당시 지주회사 현대지에프홀딩스가 제시한 현대백화점의 공개매수 가격은 5만463원, 현대그린푸드는 1만2620원이었다. 청약률 90% 이상을 기록하며 유상증자는 매끄럽게 마무리 됐다. 공개매수 대상 주식별로는 현대백화점이 목표 공개매수 대상 주식 466만9556주 가운데 420만1507주, 현대그린푸드가 목표 공개매수 대상 주식 1012만5700주 가운데 948만4011주를 청약했다.

지주회사 체제로 전환함에 따라 현대백화점에 대한 증권가의 재평가도 이어지고 있다.

박종렬 흥국증권 연구원은 "지난달을 기점으로 주가 재평가가 빠른 속도로 진행되고 있다"며 "그동안 낮은 주주환원율에 대한 투자자들의 실망감이 적지 않았지만 현대지에프홀딩스 단일지주사로의 전환을 통해 획기적인 주주환원 정책으로 연결된다면 추가적인 주가 재평가도 어렵지 않을 것"이라고 평가했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



에이블리코퍼레이션 뷰티 카테고리 거래액 85% 증가 '역대 최고치'

에이블리코퍼레이션이 뷰티 업계 비수기로 꼽히는 8월 에이블리 뷰티 카테고리 거래액이 역대 최고치를 기록했다고 5일 밝혔다.

'에이블리 뷰티관'은 2021년 3월 론칭한 에이블리의 뷰티 카테고리다. 특히 Z세대와 알파세대로 불리는 1990년대 후반기부터 태어난 '잘파세대'들을 중심으로 인기를 얻고 있다. 8월 기준 뷰티관 입점사 수는 전년 동기 대비 2배 증가했다.

지난달 에이블리 뷰티 거래액은 전년 동기 대비 85% 증가했으며, 주문수도 80%가량 늘었다. 덩고 습한 날씨에 메이크업 및 피부관리 수요가 줄어드는 '화장품 비수기'임에도 불구하고 색조, 베이스, 스킨케어 등 품목별 고른 성장세를 기록했다.

8월 가장 높은 구매 비중을 차지한 카테고리는 '포인트 메이크업'으로 나타났다. '립스틱' 거래액은 전년 동기 대비 140%, '아이섀도'는 110% 증가하는 등 다양한 색조 아이템이 주목받았다.

색조 카테고리 외 다양한 상품군의 성장세도 돋보였다. 같은 기간 '클렌징' 품목 거래액은 2.5배(150%)로 가장 큰 성장 폭을 기록했으며, '클렌징 오일'로 유명한 '마너공장'의 에이블리 내 거래액은 365% 증가했다. /김서현 기자

G마켓·옥션, 사업자 대상 추석선물 사전구매 혜택

G마켓과 옥션이 10일까지 사업자회원(B2B)을 위한 '추석 선물세트 사전구매 프로모션'을 진행한다.

기업 회원을 위해 마련한 이번 프로모션은 대량구매 가능한 중저가 선물세트를 안내하고 할인혜택까지 제공한다. 사업자회원에게는 전용 '7% 할인쿠폰'을 제공하며 7만원 이상 구매 시 최대 10만원까지 할인해준다. ID당 매일 1회씩 다운로드 가능하다. 더불어 CJ제일제당, 동원, 사조대림, 아모레퍼시픽, LG생활건강 등 중박사용 가능한 브랜드 전용 쿠폰도 준다.

익일합포장 서비스인 '스마일배송' 상품도 일부 발송일 지정 서비스를 선보인다. 상품 발송은 9월 11~12일 일괄 진행되며, 상품명에 발송일이 표기된 상품을 대상으로 한다.

과일, 수산·견과 선물세트는 많이 살수록 할인폭이 커지는 '더 사면 할인' 상품들로 구성했다. 행사 상품 중 정육 선물세트를 50만원 이상 구매하는 경우 스마일캐시 3만원을 증정하는 혜택도 선보인다. /김서현 기자 seoh@

롯데칠성, 음료·소주부문 고객만족도 1위

2023 NCSI 1위 기업 인증식 선정

롯데칠성음료는 5일 서울 소공동 롯데호텔에서 열린 '2023 NCSI(국가고객만족도) 1위 기업 인증식'에서 음료 부문과 소주 부문에서 각각 1위 기업으로 선정됐다고 이날 밝혔다.

이번 조사에서 롯데칠성음료는 측정 항목인 고객의 만족도, 기대수준, 인지 품질, 인지 가치 및 충성도 등에서 높은 평가를 받아 음료 부문 11년 연속 고객만족도 1위를 차지하였고, 소주 부문에서도 1위를 차지했다.

롯데칠성음료의 음료사업은 헬시플레저 시장 트렌드에 민감하게 대응하여 제로 슈거(Zero sugar) 탄산음료, 기능성표시 식품 등 건강을 추구하는 제품라인을 강화하여 매출 및 수익성 모두 크게 성장했다. '칠성사이다 제로'와 '웹시 제로슈거'가 지속적으로 성장하였으며, 2022년 출시한 과일향 탄산음료인 '탐스 제로'도 좋은 성과를 보이면서 제로칼로리 음료시장에서 시



안완기 한국생산성본부 회장(왼쪽), 박윤기 롯데칠성음료 대표이사(오른쪽)가 기념촬영하고 있다. /롯데칠성음료

장점유율 1위를 유지하고 있다. '밀키스'는 국내뿐만 아니라 대만, 중국, 러시아 등의 해외 시장에서 유성탄산음료 대표주자로 자리매김하고 있다.

롯데칠성은 소주 부문에서도 1위를 차지했다. 2006년 출시한 처음처럼과 함께 2022년 9월 출시한 처음처럼 새 로도 고객의 많은 사랑을 받고 있다. '새로'소주는 기존의 소주 제품과는 달리 과당을 사용하지 않은 '제로 슈거' 소주로 산뜻하고 부드러운 맛이 특징이다. /신원선 기자

하이트진로, 佛 하디와 맞손 꼬냑·데킬라 등 제품군 확대

라리크 포시즌스 4종 국내 1세트 도입
원액 3종류 블렌딩 '카요타'도 출시

국내 대표 종합주류회사 하이트진로가 변화하는 주류시장에 대응하고 경쟁력 강화의 일환으로 해외 유명 스피릿 브랜드를 국내 시장에 선보인다.

하이트진로는 프랑스 꼬냑 제조사 '하디'와 계약을 맺고, 최고급 라인인 라리크 포시즌스 4종과 라리크 카요타 1종을 국내에 처음 출시한다고 5일 밝혔다. 하이트진로는 꼬냑을 시작으로 성장세가 높은 위스키, 데킬라, 보드카 등 다양한 제품군의 포트폴리오를 확대해 나갈 예정이다.

이번에 출시하는 '라리크 포시즌스'와 '라리크 카요타'는 100년 이상된 최

고의 원액만 엄선해 블렌딩된 하디의 최고급 꼬냑 제품이다. 또, 하디는 병 모양을 중요시하는 꼬냑의 특성을 살리기 위해 프랑스 명품 크리스털 업체 라리크와 협업해 프리미엄 가치를 더했다.

'라리크 포시즌스'는 봄, 여름, 가을, 겨울 각 계절에 어울리는 맛을 내기 위해 하디만의 블렌딩 기술로 완성된 꼬냑이다. 전세계 400세트 출시, 국내에는 단 1세트만 들어와 의미를 더했다. '라리크 카요타'는 100년 이상된 원액 3종류를 블렌딩해서 만든 제품이다. 이번에 선보이는 패키지는 병과 라리크사의 디켄터가 분리되어 있는 것이 특징이다. 디켄터는 꼬냑을 공기에 노출시켜 부드러운 맛과 향기를 극대화한다. /신원선 기자 tree6834@

애경 임재영 대표 등 임원 자사주 매입

"책임경영 통해 회사 성장 노력"

애경산업의 임재영 대표이사를 비롯한 임원진이 올해 두 번째 자사주를 매입하며 '책임경영' 의지를 지속 표명하고 있다.

임재영 대표이사는 주주 가치 제고와 주가 부양을 위해 자사주 1000주를 매입했다. 총 매입 금액은 2075만원이다. 임재영 대표이사는 지난 3월 자사주 1000주, 지난해 8000주 매입에 이어 책임 있는 경영을 실천하고, 주주 신뢰를 더욱 강화하기 위해 자사주를 추가

매입했다. 임직원들의 자사주 매입 행렬도 이어졌다. 김상준 전무는 지난 3월 자사주 5000주 매입에 이어 1000주를 추가 매입했다. 정창원 상무 역시 자사주 1000주를 매입했으며, 지난해에는 자사주 2000주를 매입하기도 했다. 박진우 실장도 이번 자사주 매입에 동참하며 1000주를 매입했다.

애경산업 관계자는 "애경산업은 책임경영을 통해 회사를 성장시키기 위한 다양한 노력을 지속적으로 펼쳐 나갈 것"이라고 말했다. /이세경 기자 seilee@

BBQ, 멤버십 주문액 일부 '포인트 적립'

BBM 멤버십 기준 개편

치킨 프랜차이즈 제너시스BBQ 그룹이 BBQ앱(자사앱)의 고객들에게 실질적인 혜택을 강화를 위해 멤버십(BBM) 기준을 개편한다.

현재 BBQ앱의 BBM 멤버십은 주문금액의 일부를 적립하여 포인트로 제공한다.

이번에 새로 도입되는 BBM 멤버십

혜택은 기존의 포인트 적립 외에도 ▲ Welcome ▲ 치맥이 ▲ BIP ▲ BBIP 등 월 구매총액에 따라 등급을 부여하고 사이트 증정쿠폰, 할인쿠폰 등의 혜택을 차등 제공한다. 신규 BBM 멤버십 서비스는 10월 1일부터 적용되며 전월 구매 금액을 기준으로 다음달 멤버십 등급이 분류된다. 마일리지는 1년 안에 사용하면 된다. /신원선 기자