

공정위 문턱 못 넘은, 대명소노… 티웨이 인수 일정 ‘올스톱’

티웨이항공 임시 주총 D-10

이달에도 이사회 장악 무산 위기
공정위 기업결합 심사 70일째 지연
“승인 늦어지면 주총 연기 불가피”

대명소노그룹이 티웨이항공 최종인수를 목전에 두고 난항을 겪고 있다. 공정거래위원회(공정위) 기업결합 승인 결과가 예상보다 늦어지면서 10일 앞으로 다가온 임시주주총회가 또 다시 연기될 가능성이 높아지고 있다. 일각에서는 6·3 대통령선거 이후에나 결과가 나올 것으로 전망하고 있다.

12일 업계에 따르면 티웨이항공은 오는 23일 임시주주총회를 열고 대명소노 측 이사 후보들을 신규 선임하는 안건을 상정할 예정이다.

서준혁 대명소노그룹 회장이 기타비상무이사로 이름을 올린 가운데 이상윤, 안우진, 서동빈 등 사내이사 3명과 이광수, 이병천 등 기타비상무이사 2명을 선임한다. 또한 김종득, 염용표, 김



지난 2월 28일 오전 서울 강서구 김포국제공항 국내선청사 모니터에 티웨이 항공사 로고가 나오고 있다. /뉴스시

하연 등 사외이사 3명을 선임해 감사위원회도 구성할 예정이다.

대명소노는 지난 3월 말 열린 티웨이항공 정기 주주총회를 통해 이사회 구성을 완료할 계획이었지만 공정거래위원회의 기업결합 심사 승인이 지연돼

이사회 구성 일정도 밀렸다. 공정위는 지난 3월 초부터 소노인터내셔널과 티웨이항공의 기업결합 심사를 진행하고 있다. 공정위는 지난달 한차례 보완서류를 요구했고, 대명소노측은 추가서류를 제출한 상태다.

문제는 임시 주총이 열릴 남짓 남은 상황에서 공정위의 기업결합 승인여부가 나오지 않고 있어 또 다시 연기될 가능성이 높아지고 있다.

공정위의 심사 기간은 신고일로부터 30일이며, 필요한 경우 90일까지 연장될 수 있다. 현재 약 70일 지난 상황에서 90일을 채울 경우 다음 달로 넘어가게 된다. 또한 부실한 자료를 보완하는 데 걸리는 시간은 심사 기간에서 제외되기 때문에 한차례 보완서류 기간을 더할 경우 시간은 더욱 늘어나게 된다.

대명소노는 기업결합 승인을 빨리 받기 위해 기업결합 심사에 걸림돌이었던 에어프레미아 지분 6285만6278주(22%, JC파트너스와 공동 보유)를 타이어뱅크에 매각하면서 승인을 받기 위한 결단을 내렸지만 아직까지 공정위 결과를 받지 못하고 있다.

대명소노 측은 임시 주총 전 결과가 나오지 않을 경우 일정을 주총을 연기할 예정이다. 대명소노 관계자는 “아직 공정위 승인 결과가 나오지 않아 기다

리고 있는 상황으로 한차례 서류 보완 요청 후 추가적인 요청은 없었다”며 “임시 주총 전 결과가 나오지 않을 경우 연기할 예정이다”고 말했다.

다만, 일각에서는 기업결합 심사가 지연되는 배경에 대해 6월3일 대선을 꼽고 있다. 공정위 입장에서는 차기 대통령이 누가 될지 모르는 상황에서 선불리 기업결합을 승인 하게 될 경우 문제가 생겼을 시 책임소재가 불분명하기 때문이다.

또한 티웨이항공의 부채 비율(지난해 말 기준 542%)이 높은 만큼 지속적인 자금투입 여부도 확인하고 있어 90일을 다 쓸 것이란 전망도 나오고 있다.

업계 관계자는 “공정위 입장에서는 무리해서 기업결합 승인을 할 필요가 없기 때문에 주어진 시간을 모두 소진 후 결과를 발표 할 것”이라며 “신 정부 출범에 맞춰 승인해야 될 다른 건수도 많기 때문에 90일이라는 시간을 다 채울 것으로 보인다”고 말했다.

/이승용기자 lsy2665@metroseoul.co.kr

프리미엄·저당 격돌… 아이스크림 시장 ‘한여름 쟁탈전’

한화, ‘벤슨’ 프리미엄 시장 진출
남양, ‘백미당’ 리뉴얼·끼리 협업
빙그레, ‘딤앤로우’로 웰빙 공략
롯데, ‘0kcal 바’ 저당시장 선점

여름철을 앞두고 아이스크림 업계가 본격적인 경쟁에 돌입했다. 베스킨라빈스가 독주하던 아이스크림 외식 시장에는 신규 프리미엄 브랜드의 등장으로 변화의 조짐이 보이고 있다. 또 롯데와 빙그레는 저당·제로 제품들 ‘건강 지향형’ 라인업을 앞세우며 시장 점유율 확보에 나섰다.

유통 대기업 한화갤러리아는 자회사 베러스쿱크리머리를 통해 신규 브랜드 ‘벤슨(BENSON)’을 오는 23일 서울 압구정 로데오에 첫 매장으로 선보인다. 갤러리아백화점 명품관, 파이브가이즈



롯데웰푸드 저당 아이스크림 5종 제품 패키지 모습. /롯데웰푸드

압구정점 등 인근 입점 계열사들과의 시너지 효과를 기대한 전략적 출점이다.

벤슨은 국내산 유크림·아카시아꿀, 해외산 고급 초콜릿 등 차별화된 프리미엄 원료를 앞세워 고급화 전략을 펼칠 것으로 보인다. 이미 포천에 생산공장을 구축하고 본격 가동에 나섰으며, 작년부터 TF를 구성해 철저히 준비해 온 만큼 본격적인 아이스크림 외식 시

장 공략이 예상된다.

기존 유업계도 자체 커피전문점을 기반으로 시장 영향력 확대에 나섰다. 남양유업의 백미당은 브랜드 출범 10년 만에 리뉴얼을 단행하고, 프랑스 크림치즈 브랜드 ‘끼리’와 협업한 아이스크림을 출시하며 고객 이목을 끌고 있다.

백미당은 프리미엄 아이스크림과 커피를 전문으로 하는 카페 브랜드로 청정 농가에서 생산한 무농약 유기농 우유를 사용해 깊고 부드러운 풍미를 담은 아이스크림과 라떼가 대표 메뉴다. 현재 전국 56개 매장을 운영 중이며 최근 도심 속 휴식을 제안하는 ‘카페형 매장’, 백화점·쇼핑몰 중심의 ‘델리형 매장’, 그리고 본점과 삼청점 등 브랜드 감성을 오롯이 담은 ‘시그니처 매장’까지 다양한 형태로 매장을 리뉴얼해 선

보이고 있다.

매일유업의 풀바셋은 최근 식빵 브랜드 ‘밀도’와 손잡고 복합 매장 ‘폴앤밀도’를 열었다. 이곳에서는 상하 아이스크림 바에서 계절에 따라 다양한 플레이버(맛)를 선보이고 있다.

다만, 현재까지 국내 매장형 아이스크림 시장은 여전히 SPC그룹의 베스킨라빈스가 절대 강자로 군림하고 있다. 공정거래위원회에 따르면 2023년 기준 베스킨라빈스는 전국 1752개 매장을 운영 중이다. 같은 해 롯데웰푸드의 나뚜루(26개), 해태제과의 빨라즈 밀 프레도(21개) 등 전통 브랜드들의 매장 수는 오히려 감소하며 격차가 더욱 벌어졌다.

‘빙과 빅2’로 꼽히는 빙그레와 롯데웰푸드 역시 점유율 방어를 위해 저당·제로 제품을 전략 상품으로 내세우며 대

응에 나섰다. 빙그레는 지난 3월 저당 아이스크림 브랜드 ‘딤앤로우’를 론칭하고 아이스밀크바·치어팩·소프트바 등 다양한 라인업을 선보였다. 자회사 해태아이스는 제로 아이스바 제품군을 5종으로 확대하며 대응에 나서고 있다.

롯데웰푸드는 ‘월드콘 바닐라 저당’, ‘티코 밀크초코 저당’ 등으로 건강 콘셉트 시장에 뛰어든 데 이어, ‘스크류바 0kcal’, ‘조스바 0kcal’, ‘씨없는 수박바 0kcal’ 등 0칼로리 아이스바를 잇달아 출시하며 소비자 니즈를 겨냥하고 있다.

기상청에 따르면 올여름(5~7월) 우리나라 주변 해수면 온도가 높아지며 기온이 상승할 가능성이 크다. 8~9월 역시 평년보다 더운 날씨가 예상돼, 빙과업계 실적에 대한 기대감도 커지고 있다.

/신원선 기자 tree6834@

LG이노텍, 휴머노이드 로봇‘눈’ 만든다

‘비전 센싱 시스템’ 공동 개발
‘아틀라스’ 차세대 모델에 적용

LG이노텍이 미국 로봇 기업 보스턴 다이내믹스와 손잡고 차세대 로봇용 센싱 시스템을 공동 개발한다.

LG이노텍은 로보틱스 분야 글로벌 선도 기업인 보스턴다이내믹스와 로봇용 부품 개발 협약을 체결했다고 12일 밝혔다. 보스턴다이내믹스는 현대차그룹 산하 로봇 전문기업이다.

양사는 이번 협력을 통해 로봇의 ‘눈’ 역할을 담당하는 ‘비전 센싱 시스템’을 공동 개발한다.

LG이노텍은 차세대 휴머노이드 로봇 ‘아틀라스’에 탑재할 ‘비전 센싱 모듈’을 담당하고, 보스턴다이내믹스는 해당 모듈이 인식한 시각 데이터를 분석·처리하

는 소프트웨어 개발을 맡는다.

아틀라스는 인간처럼 두 팔·다리를 움직이며 스스로 판단해 작업을 수행하는 로봇이다. 현대차그룹은 올해 말부터 싱가포르 글로벌 혁신센터(HMGIC S)와 미국 조지아주 전기차 공장인 현대차그룹 메타플랜트 아메리카(HMGMA) 등 주요 생산 시설에 시범 투입하고, 2028년 상용화를 목표로 개발을 이어가고 있다.

비전 센싱 시스템은 RGB(빨강·녹색·파랑) 카메라와 3차원(3D) 센싱 모듈 등 다양한 센싱 부품을 하나의 모듈에 집약한 복합 센서다. 이를 통해 로봇은 어두운 환경이나 악천후 같은 열악한 조건에서도 주변을 정밀하게 인식할 수 있다.

LG이노텍은 세계 최고 수준의 광학

기술을 보유한 것으로 평가받는다. 스마트폰용 카메라 모듈뿐 아니라 자율주행용 센싱 부품에서도 적용 사례를 활발히 확대하고 있다. 지난 CES 2024에서는 복합 센서 기술을 집약한 자율주행 솔루션 ‘센서팻’을 처음 공개하기도 했다.

LG이노텍은 이번 협업을 시작으로 광학 분야뿐만 아니라 다양한 원천기술을 로봇에 접목하는 방안을 보스턴다이내믹스와 지속적으로 모색해 나갈 계획이다.

로버트 플래티어 보스턴 다이내믹스 최고경영자(CEO)는 “이번 협력을 통해 스마트폰 카메라 수준에 버금가는 혁신적인 ‘비전 센싱 시스템’을 개발할 수 있기를 기대한다”라고 밝혔다.

문혁수 LG이노텍 대표이사 사장은 “로보틱스 분야 세계 최고 기술력을 자랑하는 보스턴 다이내믹스와의 협력을 계기로 LG이노텍은 로봇용 부품 시장에서 유리한 고지를 선점했다”고 말했다.

/이혜민 기자 hyem@

챗GPT, 지브리 열풍에 1000만 시대 열었다

‘지브리 스타일 이미지’ 폭발적 인기
MAU 두 달 새 2배… 작년비 11배 ↑

챗GPT의 ‘지브리 열풍’이 반짝 유행에 그치지 않고 사용자 기반 확대에 이어졌다는 조사 결과가 나왔다.

12일 모바일인덱스에 따르면 지난달 기준 챗GPT 월간활성사용자수(MAU)는 1072만명을 기록했다. 국내 모바일 앱 시장에서 인공지능(AI) 앱이 1000만 명 이상 이용자를 기록한 것은 처음이다.

이번 챗GPT의 가파른 성장세는 지브리 열풍에서 시작했다. 지난 3월 말 오픈AI는 기존 이미지 생성형 AI인 DALL-E와 별개의 이미지 생성 AI 알고리즘을 추가했다. GPT-4o의 텍스트 추론을 이용한 이미지 생성 기능은 DA

LL-E의 한계를 뛰어넘은 것은 물론 기존 금지됐던 일러스트 스타일 모방까지 가능해져 선풍적인 인기를 끌었다.

다양한 사진을 업로드한 후 지브리 스튜디오의 작풍을 따라하는 기존 이용자에 더해 유행에 따라 신규 이용자도 급증하며 ‘지브리 열풍’은 식을 줄을 몰랐다. 당시 챗GPT의 지브리 스튜디오 작풍 학습에 대한 저작권 문제와 오픈AI가 지프리 풍 이미지 변환을 통해 사진을 무단으로 수집한다는 의혹이 일었지만 인기는 계속됐다.

실제로 지브리 열풍이 분 3월 말 챗GPT의 MAU는 509만명이나, 지브리 열풍이 분 4월에는 2배 넘게 증가하는 기염을 토했다. 기간을 늘려 지난해 4월(98만명)과 비교하면 이용자 수가 약 11배 급증했다.

/김서현 기자 seoh@