

운동한 이사 복귀 불발... 콜마홀딩스, 윤상현 독주체제 ‘썰기’

콜마홀딩스, 임시주총 열려

운동한·김치봉·김병목 총 3명
신규 사내이사 선임 안건 ‘부결’

운동한 회장, 장남 윤상현 상대
주식반환소송 ‘불씨’ 아직 남아

콜마그룹 창업주인 오너 1세 운동한 콜마그룹 회장과 장남인 오너 2세 윤상현 콜마홀딩스 부회장의 경영권 갈등이 지속되고 있는 가운데, 운동한 회장의 지주사 ‘콜마홀딩스’ 경영 복귀가 불발됐다. 운동한 회장은 윤상현 부회장과 대립하며 콜마홀딩스 이사회 재편을 추진했으나 윤상현 체제가 계속되게 됐다.

29일 콜마그룹에 따르면, 이날 세종에 위치한 산학연클러스터지원센터에서 그룹 지주사 콜마홀딩스 임시 주주총회가 열렸다. 총 3건의 신규 사내이사 선임안을 다뤘고 모두 의결정족수 미달에 따라 부결됐다.

이번 콜마홀딩스 임시 주총은 운동한 회장의 주주제안으로 진행됐고 신규 콜마홀딩스 사내이사 후보에는 운동한 회장, 김치봉 전 콜마비엔에이치 대표, 김병목 전 콜마비엔에이치 대표 등이 이름을 올렸다.

당초 운동한 회장은 윤여원 콜마비엔에이치 각자 대표 등을 포함한 총 8인의 사내이사과 총 2인의 사외이사를



윤상현 콜마홀딩스 부회장



윤여원 콜마비엔에이치 대표



운동한 콜마그룹 회장

추천했으나 이중 7인의 후보가 지난 24일 자진 사퇴했다.

상법상 주주총회 안건이 통과되기 위해서는 출석 주주의 과반수이자 전체 발행주식 총수의 4분의 1 이상이 찬성해야 한다. 그러나 이번 안건에 대한 찬성률은 약 17%로 법정 기준 25%에 크게 미달했다.

이와 관련 콜마홀딩스 측은 “안건 찬성률 17%는 윤상현 부회장을 제외한 운동한 회장 일가와 특수 관계인 및 일부 대주주 지분이 포함된 수치”라며 “이를 감안하면 일반 소액주주 중 찬성 비율은 1% 미만”이라고 밝혔다.

아울러 표결에 참가한 전체 기관투자자들도 신규 이사 선임에 반대했다. 이는 윤상현 부회장 기권 여부와 관계없이 안건이 통과될 수 없는 조건이다.

실제로 콜마홀딩스 지분을 31.75% 보유하고 있는 최대주주 윤상현 부회

장은 의결권을 행사하지 않고 기권했다. 해당 안건이 최근 자회사 경영권 이슈, 가족간 갈등과 연관된 사안인 점을 반영한 결정이다.

콜마홀딩스 관계자는 “윤 부회장이 가족 구성원으로서 직접적인 판단을 내리기보다 그룹 주요 경영진으로서 시장과 주주의 뜻을 존중하겠다는 취지를 밝혔다”며 “임시 주총 결과는 시장과 주주의 독립적인 판단에 따라 내려진 결과로 평가된다”고 설명했다.

앞서 최근 운동한 회장과 윤상현 부회장 부자(父子)는 그룹 내 핵심 계열사 ‘콜마비엔에이치’ 경영권을 놓고 한 차례 다툼다. 윤 부회장이 콜마비엔에이치 실적 부진을 문제 삼으며 경영 쇄신을 요구하면서다. 그 결과, 윤 부회장이 콜마비엔에이치 경영 체제 전환을 이뤄냈다. 특히 윤여원 단독 대표 체제에서 윤상현·이승화·윤여원 3인 각자 대

표 체제를 도입했다.

다만, 이러한 상황에서 윤 회장은 장녀 윤여원 대표에게 힘을 싣고 있다. 지난 28일 윤 회장은 보유하고 있는 콜마비엔에이치 지분 전량을 윤여원 대표에게 증여했다. 증여 규모는 보통주 69만2418주로 지분율은 2.53%다. 향후 윤여원 대표의 콜마비엔에이치 지분은 기존 6.54%에서 8.89%로 늘어나게 된다. 취득 단가는 1만4220원, 총 거래금액은 약 98억5000만원에 달한다.

반면 윤 회장이 윤 부회장을 상대로 청구한 주식 반환 소송은 남아 있다. 이는 윤 회장이 윤 부회장에게 증여한 주식을 돌려받기 위한 조치다.

지난 2019년 12월 윤 회장은 윤 부회장에게 콜마홀딩스 주식 230만주를 증여했다. 이 증여로 윤 부회장은 보통주 발행주식 총수 1793만8966주 중 542만6476주를 보유하게 됐고, 지분율 30.25%의 최대주주로 올라섰다. 2024년 5월에는 콜마홀딩스 대표이사로 취임했다.

이에 대해 콜마홀딩스 측은 모든 분쟁은 법적으로 다루겠다는 입장이다.

콜마홀딩스 관계자는 “이번 주총 결과는 경영 쇄신과 투명한 지배구조 확립을 추진해온 회사의 방향성이 주주와 시장의 신뢰를 얻고 있음을 보여준다”며 “앞으로도 주주까지 중심의 경영 원칙을 강화해 나갈 것”이라고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



CU가 일본형 역직구 택배 수요를 공략하기 위해 반값택배 서비스를 시작한다. /CU

CU

‘일본 반값택배’ 개시 국내 최저가격 수준

편의점 CU가 업계 최초로 국내 최저 가격 수준의 ‘일본 반값택배’ 서비스를 다음 달 3일 시작한다고 29일 밝혔다. 이는 물류 스타트업과 손잡고 가격 경쟁력을 확보해, K-뷰티·패션 등을 중심으로 급증하는 일본형 역직구(해외 직접 판매) 택배 수요를 공략하기 위한 전략이다.

관세청에 따르면 올해 1월부터 8월까지 역직구 건수는 역대 최대치인 6100여만 건을 기록했다. 이 중 약 55%가 일본행이었다. 이에 CU는 오프라인 점포에서 일본 전역으로 합리적인 가격에 택배를 보낼 수 있는 서비스를 개시한다.

CU 일본 반값택배는 일반 택배처럼 점포에서 바로 접수하거나 CU POST 앱에서 사전 예약할 수 있다. 배송 기간은 통관 이슈가 없을 경우 접수일 제외 최대 3일이 소요된다. 운임은 무게별(500g~20kg)로 책정되며 국내 최저 수준으로, 동일 중량 해외 배송 서비스보다 훨씬 저렴하다. CU는 물류 스타트업 STL과의 협업을 통해 마진을 최소화해 가격 경쟁력을 확보했다고 설명했다.

/손종욱 기자 handbell@

G마켓

설운도 등 모델 4명 ‘빅스마일데이’ 홍보

G마켓이 설운도, 김종서, 환희, 민경훈 등 4명의 가수를 새로운 광고 모델로 발탁하고, 연중 최대 쇼핑 축제 ‘빅스마일데이’ 홍보에 나선다고 29일 밝혔다.

G마켓과 옥션이 다음 달 1일부터 11일간 진행하는 빅스마일데이는 대한민국 레전드 쇼핑 축제라는 슬로건 아래 역대 최대 규모의 할인 혜택을 선보일 예정이다.

광고 캠페인 역시 트로트, 록, R&B 등 각 장르를 대표하는 가수들을 모델로 기용해 유쾌하고 중독성 있는 영상을 선보인다. 각 아티스트의 대표곡을 가전·디지털·패션·식품 등 빅스마일데이 대표 카테고리와 연결해 재해석했으며, 김경호와 박완규가 특별 출연해 재미를 더했다. 해당 광고 영상은 유튜브 공개 직후 높은 조회수를 기록하며 호응을 얻고 있다.

G마켓과 옥션은 본 행사를 앞두고 이날 티저 페이지를 열어 할인 혜택과 특가 정보를 미리 공개했다. 티저 페이지에서는 애플워치SE2, 다이슨 에어랩, 미닉스 음식물처리기 등 매일 새로운 특가 상품을 한정 수량으로 선보일 예정이다.

/손종욱 기자

뉴욕·하노이·서울 등에서 ‘빼빼로 데이’ 글로벌 홍보

롯데월드, 통합 마케팅 캠페인
‘스트레이 키즈’ 등장 공감대 형성

롯데월드푸드는 11월 11일 빼빼로데이를 앞두고 뉴욕, 로스앤젤레스, 하노이, 서울 등 국내외 핵심 거점 도시에서 글로벌 통합 마케팅 캠페인을 본격 전개한다고 29일 밝혔다. 옥외광고부터 오프라인 행사까지 다양한 현장을 통해 빼빼로 및 빼빼로데이의 인지도를 강화한다.

올해 빼빼로 글로벌 마케팅 캠페인의 주요 메시지는 ‘Show your love with PEPEPO(빼빼로로 사랑을 나누세요)’다. 11월 11일 빼빼로데이에 사랑하는 사람들과 마음을 나누자는 의미를 담았다. 특히 이번 캠페인의 키 비주얼(Key Visual)에는 빼빼로 글로벌 앰배서더인 ‘스트레이 키즈(Stray Kids)’가 등장해 젊고 에너지적인 이미지를 보여주며 전 세계 팬들의 공감대를 끌어낼 예정이다.

미국 뉴욕에서는 다음달 16일까지 타임스퀘어 ‘TSX 브로드웨이(TSX Broadway)’ 빌딩의 초대형 스크린에 디지털 광고를 진행한다. 이곳은 하루 약 45만 명이 오가는 핵심 구간으로, 롯데월드푸드는 올해로 3년째 타임스퀘어에 빼빼로 광고 캠페인을 송출하며 글로벌 브랜드로서 존재감을 알리는 데 역량을 집중하고 있다.

빼빼로데이 당일에는 타임스퀘어의 중심부인 ‘파더 더피 스퀘어(Fathe



뉴욕 타임스퀘어 ‘TSX 브로드웨이’ 빌딩에서 송출되고 있는 빼빼로데이 글로벌 마케팅 캠페인 영상. /롯데월드푸드

r Duffy Square)’에서 오프라인 행사도 펼친다. 빼빼로를 맛보고 체험할 수 있는 포토존, 이벤트존 등 다채로운 콘텐츠를 마련할 예정이며, 케이팝 댄스 퍼포먼스 등 부대행사도 계획됐다.

미국 서부 최대 도시인 로스앤젤레스에서도 중심가에 위치한 ‘The Twins’ 빌딩과 한인타운 인근에서 다음달 24일까지 디지털 옥외 광고가 진행된다.

동남아시아 시장의 거점, 베트남 하노이에서도 현장 체험형 이벤트를 선보인다. 다음달 2일부터 16일까지 ‘롯데몰 웨스트레이크 하노이’의 1층 메인 아트리움에서 포토존, 게임존 등 다양한 프로그램을 운영한다.

국내에서는 서울 마포구 홍대입구역 인근 대형 전광판 4곳과 성수역, 강남역 등 55개 주요 지하철역에서 옥외 광고를 만나볼 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@

서울식 ‘필동가’ 등 지역특화 김치 3종 출시

CJ제일제당, 포장김치 시장 공략

CJ제일제당이 온라인 포장김치 시장 성장에 따라 지역별 김치 맛과 특성을 반영한 ‘지역특화 김치’ 3종을 출시하며 포장김치 시장 공략 강화에 나선다.

CJ제일제당은 서울식 ‘필동가’ 김치, 경상도식 ‘안동한’ 김치, 전라도식 ‘해남제’ 김치 등 ‘지역특화 김치’ 3종을 네이버 전용 제품으로 선보인다고 29일 밝혔다.

이번에 선보이는 ‘지역특화 김치’ 3종은 각 지역의 김치 맛을 세밀하게 연구해 최상의 조화를 찾아 그대로 구현, 비비고만의 기술력과 노하우로 완성한 포기 배추김치다. 김치는 특히 맛에 대한 소비자 관여도가 높은 품목으로, 최

근 소비자들이 제각기 선호하는 김치 맛을 찾기 위해 온라인 상에서 다양한 브랜드와 제품을 추천받고 경험하고 정착하는 소위 ‘김치 유목민’ 트렌드가 확산하고 있는 점도 적극 반영됐다.

서울식 ‘필동가’ 김치는 도시적 감각과 섬세함을 느낄 수 있도록 한 김치로, 담백하고 깔끔한 맛을 기본으로 황태육수를 더해 시원한 풍미를 구현했다. 경상도식 ‘안동한’ 김치는 청양초를 넣어 칼칼함을 살리고 멸치액젓, 소고기 양지육수 등으로 양념의 진하고 깊은 맛을 더욱 끌어올렸다. 전라도식 ‘해남제’ 김치는 해풍을 맞고 자란 해남배추와 넉넉하게 넣은 조기젓, 멸치젓 등 다채로운 재료를 사용해 깊고 풍부한 맛을 내는 것이 특징이다.

/신원선 기자

홈플러스, 오늘부터 ‘BLACK 홈플러스’

신선식품·생필품 등 최대 80%

홈플러스가 이달 30일부터 다음달 12일까지 가을 첫 대규모 슈퍼세일 ‘BLACK 홈플러스’ 행사를 개최한다. 마트·온라인·익스프레스·몰 전 채널이 참여하는 이번 행사에서는 신선식품부터 생필품까지 다양한 상품을 최대 80% 할인해 선보인다.

행사 첫 주(10월 30일~11월 5일)에는 ‘홈플러스런’을 통해 파격적인 가격의 상품을 선보인다. 이달 30일부터 나흘간

미국산 옥목돼 삼겹살·복심과 당당 3990 옛날통닭을 한정 수량 특가로 내놓으며, 휘라 노르웨이 생연어 횡감용 대용량팩은 멤버십 회원 대상 50% 할인한다. 한우데이(11월 1일)를 맞아 31일부터 사흘간 농협안심한우 1등급 암소 등심은 멤버십 회원 대상 반값에 내세운다.

제철 신선 먹거리도 최대 반값 혜택으로 준비했다. 마이홈플러스 멤버십 회원을 대상으로 캐나다산 보맥돼 삼겹살·복심과 한돈 브랜드 암태지 삼겹살·복심을 50% 할인한다.

/손종욱 기자