

유통업계, 밸류업 시동... 주주환원·정책 기대 ‘접호재’

현대백 ‘자사주 제로’ 3500억 소각
이마트 주당 배당금 2500원, 25% ↑
롯데쇼핑 57% 급등, 유통 랠리 동참

만년 저평가에 시달리던 유통주가 달라졌다. 유통업계 주요 기업들이 자사주 소각과 배당 확대 등 강력한 주주환원 정책에 나서며 코스피 상승의 선봉장으로 떠오르고 있다. 실적 개선과 정부의 유통 규제 완화라는 정책적 호재까지 겹치며 투자 심리에 불을 지피는 모양새다.

18일 업계에 따르면 현대백화점그룹과 이마트는 최근 실적 발표와 함께 고강도 주주환원 정책을 내놔다. 단순한 배당 확대를 넘어 지배구조 개편을 동반한 밸류업(기업가치 제고) 프로그램이라는 점에서 시장의 주목을 받고 있다.

현대백화점그룹은 그룹 내 13개 상장사가 보유한 자사주를 모두 없애는 자사주 제로 경영을 선언했다. 현대백화점, 현대홈쇼핑 등 10개 계열사가 보유한 약 2100억원 규모의 자사주를 전량 소각한다. 또한 현대지에프홀딩스 등 4개 사는 1357억원어치의 자사주를 추가 매입해 소각할 계획이다. 총 3500억원에 달하는 규모다.

아울러 지주사 현대지에프홀딩스가 현대홈쇼핑 잔여 지분을 취득해 100%



유통업계가 코스피 상승에 기뻐하는 모습.

/생성형 인공지능으로 만든 이미지

자회사로 편입하는 포괄적 주식교환을 단행한다. 이를 통해 고질적인 지주사 디스카운트를 해소한다는 전략이다. 한국신용평가는 현대지에프홀딩스와 현대홈쇼핑의 포괄적 주식교환 결정에 대해 “주식 교환 이후 현대홈쇼핑 인적분할과 흡수합병을 통해 중간지주사 구조가 해소되면 배당 유입 경로가 단순화되고 그룹 내 자원 배분 효율성이 높아질 것”이라고 평가했다.

이마트 역시 주주 달래기에 적극적이

다. 지난해 발표한 ‘3개년 주주환원 정책’의 일환으로 주당 배당금을 기존 2000원에서 2500원으로 25% 상향했다. 자사주 소각도 이어간다. 지난해 4월 28만 주를 소각한 데 이어 올해도 같은 규모를 소각한다. 2026년까지 발행주식의 2% 이상을 줄인다는 목표를 차질 없이 이행 중이다. 롯데쇼핑도 결산 배당금을 주당 2800원으로 확정하며 연간 배당금을 전년 대비 200원 늘렸다.

주주 친화 정책에 이어 주가는 연일

상승세다. 이마트 주가는 최근 3개월간 40% 급등하며 11만원대를 회복했고, 롯데쇼핑은 같은 기간 57%가 뛰었다. 현대홈쇼핑 역시 지배구조 개편 발표 이후 일주일 만에 35.2% 상승했다. 반면 개인 정보 유출에 규제 강화까지 겹친 쿠팡은 미국 증시에서 최근 3개월간 37.3% 하락하며 대조적인 모습을 보였다.

주가 급등의 배경엔 대형마트 새벽배송 허용을 골자로 한 ‘유통산업발전법 개정’ 움직임이 있다. 전국 1800여개 점

포를 물류 거점으로 활용할 수 있는 이마트와 롯데쇼핑 등은 추가 투자 없이도 배송 경쟁력을 비약적으로 높일 수 있다는 평가다. 백화점 3사는 지난 4분기 소비 심리 회복과 외국인 매출 증가에 힘입어 일제히 호실적을 기록했고, 면세점 업계 역시 중국인 무비자 입국 허용 효과로 회복세를 보이고 있다. 실적 회복과 정책 기조에 힘입어 유통업계가 웃으며 2월 들어 ‘KRX필수소비재 지수’는 약 8% 상승했다.

유정현 대신증권 연구원은 “대형마트 규제 해소 움직임과 함께 최근 이커머스 시장 내 일명 ‘탈팡’ 현상으로 인한 트래픽 유입이 감지되고 있다”고 분석했다. 유 연구원은 “규제 일변도에서 허용으로 전환되는 사회적 분위기가 기업 가치 재평가로 이어질 가능성이 높다”고 덧붙였다.

백화점 3사는 고물가와 소비 위축에도 지난해 4분기 실적 개선에 성공했다. 3분기까지 부진을 딛고 소비 심리 회복과 외국인 관광객 매출 급증이 실적을 견인했다. 롯데백화점은 영업이익이 27.7% 급증하며 수익성이 크게 개선됐고, 현대백화점과 신세계백화점도 각각 MZ세대 공략과 초대형 점포 확장에 힘입어 성장세를 이어갔다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr

이마트, 명절 후 장바구니 물가 잡는다

생필품·먹거리 ‘초대형 할인전’
생리대 50여 종 5000원 균일가
신학기 겨냥 IT기기·학용품 특가

이마트가 명절 이후 높아진 장바구니 물가 안정을 위해 19일부터 오는 25일까지 일주일간 생필품과 먹거리를 중심으로 대대적인 할인 행사를 진행한다.

먼저 필수 생필품인 생리대를 가격적인 가격에 선보인다. ‘쑤피’, ‘예지미인’, ‘바디피트’ 등 인기 브랜드 50여 종을 행사카드로 결제 시 5000원 균일가에 구매할 수 있다. 정상이 1만원 이상인 상품 비중이 80%를 넘어 평균 할인율이 50%에 달하며, 일부 품목은 최대 70%까지 저렴하다. 유기농 라인인 ‘좋은느낌’ 등은 1+1 증정이나 다량 구매 시 추가 할인 혜택을 내세운다.



이마트가 신학기 노트북, 생리대 등 대대적인 할인 행사에 돌입한다.

/이마트

본격적인 신학기 시즌을 맞아 디지털 가전과 학생용품도 합리적인 가격에 준비했다. ‘레노버 태블릿’, ‘삼성 갤럭시 북4’ 등 인기 IT 기기를 행사카드로 결제 시 5만원 할인하고, 캐논·엡손 복합기는 최대 20% 저렴하게 기획했다. 잔스프츠, 키플링 등 병행수입 가방은 30%, 캐

릭터 식기와 씨모스 텀블러도 최대 40% 할인된 가격에 만날 수 있다. 학생용 가구인 데코라인 책상 세트와 오피스 체어도 특가로 선보인다. 이 외에 다양한 먹거리와 생필품을 할인한다. 세제, 섬유유연제, 바디용품 등은 1+1 혜택을 적용하며, 브랜드 돈육 앞다리·뒷다리살과 냉동 한우 차돌박이 등은 신세계포인트 적립 시 20% 할인한다. 특히 냉동 한우는 이마트e카드 결제 시 20% 추가 할인이 더해진다.

이마트 이석규 일상용품 담당은 “명절 직후 고객들의 부담을 덜어드리기 위해 필수 생필품을 중심으로 파격적인 행사를 기획했다”며 “앞으로도 가격 혜택과 더불어 고객에게 실질적인 도움이 되는 상품을 지속적으로 개발해 나갈 것”이라고 말했다.

/손종욱 기자

롯데百貨 본점, ‘아트 플래그십’으로 변신

정그림·이건우 작품 19점 전시

롯데백화점 본점이 쇼핑 공간 곳곳에 예술 작품을 얹어 고객에게 색다른 경험을 제공하는 ‘아트 플래그십 스토어’로 새롭게 도약한다고 18일 밝혔다. 롯데백화점은 지난 13일부터 본점에서 ‘아트 VM (Visual Merchandising) 프로젝트’를 본격적으로 시작했다. 이번 프로젝트는 별도의 갤러리를 방문하지 않아도 쇼핑 동선 안에서 자연스럽게 예술을 감상할 수 있도록 기획된 것이 특징이다. 올해의 테마는 ‘MOVE : IN TRANSIT (감각의 여정)’으로, 쇼핑과 예술을 결합해 고객의 감각을 깨우는 새로운 경험을 제안한다.

첫 번째 프로젝트에는 한국을 대표하



서울시 소공동에 위치한 롯데백화점 본점에 선보인 첫 아트 VM 프로젝트 작품을 바라보는 고객의 모습.

/롯데백화점

는 라이징 아티스트 정그림, 이건우 작가가 참여했다. 지난해 본점의 외국인 매출이 40% 가까이 급증하며 글로벌 관광 명소로 자리 잡은 점을 고려해 ‘K-아트’를 전면에 내세웠다.

/손종욱 기자

신세계百貨, 스위트파크 2주년 ‘팝업 총출동’

봄 콘셉트 단독 디저트 대거
세프 협업 한정 메뉴 출시

신세계백화점이 강남점 ‘스위트파크’ 오픈 2주년을 맞아 18일부터 다음 달 2일까지 다양한 단독 디저트와 팝업스토어를 선보이는 ‘신세계 블루밍 플레이버’ 행사를 진행한다.

2024년 2월 문을 연 스위트파크는 국내 최대 규모의 디저트 전문관으로, 오픈과 동시에 ‘디저트 성지’로 자리 잡았다. 실제로 2024년 구매 고객의 45%,

2025년의 41%가 신규 고객으로 유입됐으며, 이 중 70%가 식품관 외 다른 장르 상품을 추가 구매하는 등 백화점 전체 매출을 견인하는 핵심 역할을 해냈다.

이번 2주년 행사에서는 봄을 주제로 한 단독 디저트를 대거 내세운다. 유명 세프들과 협업해 ‘비스퀴테리 엠.오’의 ‘생토노레 프랑팡(1만 2500원)’, ‘한과미 의식’의 ‘해빙춘기 기회단(10만원)’, ‘아우치’의 ‘블루밍 베어(1만 4000원)’ 등을 기간 한정으로 선보인다. 이 외에도 보안미, 르슬레이 등 20여 개 브랜드가 봄

의 미각을 담은 특별 메뉴를 준비한다. 화제의 디저트를 만날 수 있는 릴레이 팝업스토어도 마련했다. 일본 드라마 ‘고독한 미식가’에 등장해 화제가 된 ‘핫코베이커리’와 유명 인플루언서가 큐레이션한 ‘시녕’S빵터랜드’가 순차적으로 고객을 맞이한다. 파미에스테이션 1층에서도 400년 전통의 카스테라 브랜드 ‘후쿠사야’ 등을 만나볼 수 있다.

신세계백화점 최원준 식품생활담당 상무는 “스위트파크가 지난 2년간 최신 트렌드를 이끌어 명실상부한 디저트 랜드마크로 성장했다”며 “차별화된 미식 경험을 제공해 국내외 고객들에게 사랑받는 공간으로 만들겠다”고 말했다.

/손종욱 기자

캐나다산 돼지고기 최대 50% 할인

롯데마트가 삼겹살데이를 앞두고 캐나다산 돼지고기 전 품목을 최대 50% 할인하는 ‘끝돼 DAY’ 행사를 오는 20일부터 25일까지 진행한다.

이번 행사는 최근 국내 돼지고기 시세가 전년 대비 18% 이상 오르며 육류 물가 부담이 커진 상황에서, 소비자들에게 합리적인 대안을 제시하기 위해 기획됐다. 롯데마트는 롯데슈퍼와 통합 소싱을 통해 전년 대비 2배 수준인 약 200톤의 물량을 확보하며 가격 경쟁력을 높였다.

행사 기간 동안 ‘끝돼 삼겹살’과 ‘목심’은 엘포인트(L.POINT) 회원에게

50% 할인을 적용해 100g당 990원이라는 파격적인 가격에 선보인다. 또한 특수부위인 ‘항정살’과 ‘등갈비’ 역시 기존 가격 대비 40% 저렴하게 내세운다.

‘끝돼’는 롯데마트가 지난해 론칭한 수입 돼지고기 전문 브랜드로, ‘끝장나는 품질’을 의미한다. 현지 제조사와 롯데 신선품질혁신센터, 점포 내 전문 정형사를 거치는 ‘3단계 정밀 손질’ 시스템을 도입해 균일하고 우수한 품질을 유지하는 것이 특징이다. 이러한 품질 경쟁력에 힘입어 지난해 하반기 롯데마트의 수입 돼지고기 매출은 전년 동기 대비 100% 급증했다.

/손종욱 기자