

유통업계 노조, 규제 완화 입장차 '기업정상화·건강권보호' 가치 충돌

유통법 개정 등 주요현안 이견
소속 단체에 따라 소모전 양상
"실효성 있는 중재안 마련 시급"

유통산업발전법 개정과 흠플러스 회생계획안 등 주요 현안을 두고 유통업계 노동조합이 의견 차이를 보이며 갈라진 모습을 나타내고 있다. 노동계 목소리가 나뉘는 가운데, 국회나 사회적 대화 기구가 관련 법안 및 회생계획안을 다루는 쉼벌도 한층 복잡해지는 양상이다.

전국이마트노동조합(이마트노조)은 지난 25일 대형마트의 새벽 배송 허용 품목에서 신선식품을 제외하는 방안에 강력히 반발하고 나섰다. 이마트노조는 절대적인 시장 지배력을 가진 전자상거래 기업에 대한 대안 없는 규제는 수많은 자영업자와 중소기업, 플랫폼 배달 노동자에게 또 다른 부작용을 야기할 것이라며 상생 기금 출연을 요구하는 등 현재 추진되는 규제 개선안에 반대 목소리를 냈다.

반면 마트산업노동조합(마트노조)은 26일 대형마트와 기업형 슈퍼마켓의 새벽 배송을 허용하는 법안을 대표 발의한 김동아 더불어민주당 국회의원을 규탄하는 기자회견을 열었다. 사실상 규제

해소 자체에 반대 입장을 분명히 하며 이마트 노조와 대립각을 세운 것이다. 마트노조 최성환 조합원은 "지금도 인력이 부족해 기존 직원들이 추가 업무를 떠안고 있는 상황에서 새벽 배송까지 허용된다면 노동 강도는 감당할 수 없을 만큼 높아질 것"이라고 우려했다. 이에 법안 철회와 노동자 건강권 보호 중심의 제도 개선, 유통산업발전법 취지 훼손 중단 등을 촉구했다.

두 노동조합은 지난해 12월 대형마트 규제 논의 당시에도 정반대의 입장을 냈다. 이마트노조가 대형마트 규제가 특정 업체를 거대 독점 기업으로 키웠다고 지적하자, 마트노조는 즉각 "사태의 주범은 투기 자본이며 노동조합이 사측의 논리를 대변해서는 안 된다"고 맞섰다.

이러한 갈등은 마트노조가 전국민주노동조합총연맹(민주노총) 소속인 반면, 이마트노조는 한국노동조합총연맹(한국노총) 소속이라는 양대 노총 간 노선 차이로 해석된다. 두 노조는 초심야 시간 배송 제한을 두고도 민주노총은 찬성을, 한국노총은 반대를 주장하며 충돌한 바 있다.

흠플러스 사태를 두고는 같은 민주노총 산하 노조 내에서도 이견이 발생하고

있다. 마트노조는 공적 기관을 새로운 관리인으로 지정할 것을 요구하지만, 흠플러스 일반노동조합(일반노조)은 유통 전문가나 공공 기관이 맡아야 한다는 뜻을 전했다. 기업 회생 계획안을 두고도 일반 노조는 동의하는 반면, 마트노조는 점포 폐점과 분리 매각에 반대하며 내부 합의를 이루지 못하고 있다.

대형마트 새벽 배송, 흠플러스 회생 계획 등 굵직한 사안을 두고 노동조합 간 이견이 좁혀지지 않은 상황에서 이를 다뤄야 할 국회와 법원, 정부 부처의 고민도 깊어지고 있다. 당장 유통산업발전법 개정안도 여야 정치적 쉼벌에 노동계 의견 차이가 더해진 상황이다. 법원 역시 성공적인 기업 정상화를 위해 내부 구성원들의 협조가 필수적이지만, 매각과 구조조정을 바라보는 노조 간 시각차가 극명해 향후 회생 계획안 인가 과정에서 상당한 진통이 예상된다.

한 업계 관계자는 "대형마트 생존과 노동자 건강권 보호라는 두 가치가 충돌하는 만큼, 소모적인 진영 논리를 넘어 유통산업 생태계 전반을 아우르는 객관적이고 실효성 있는 중재안 마련이 시급하다"고 말했다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr



GS25, '초BIG! 무쿠 점보 멜론 구미' 선보
편의점 GS25가 일본 대표 종합 매장 돈키호테를 운영하는 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스와 전략적 협업을 강화하며 공동 개발 상품을 선보인다. 모델이 '초BIG! 무쿠 점보 멜론 구미'를 상품을 들어 보이고 있다. /GS25

나라셀라, '로저 구라트 더 로저 마크 II' 출시

플래그십 스파클링 와인... 240명 한정

국내 와인 유통업계 1호 상장사 나라셀라가 스페인 프리미엄 까바 생산자 로저 구라트(Roger Goulart)의 플래그십 스파클링 와인 '로저 구라트 더 로저 마크 II 2017(Roger Goulart The Roger Mark II 2017·사진)'을 국내 공식 출시한다.

이번 신제품은 뛰어난 품질의 포도를 수확한 해에만 생산되는 특별 한정 와인으로 전 세계 4500명만 생산됐다. 이 가운데 국내에는 단 240명만 출시되며 나라셀라 직영 매장인 '나라셀라 리저브'와 '와인픽스'에서 한정 판매된다.

이번 빈티지는 까바 전통 품종인 ▲차렐로(30%) ▲마카베오(20%) ▲빠레야



다(20%)에 ▲피노 누아(15%) ▲샤도네이(15%)를 블렌딩해 복합적인 아로마와 균형 잡힌 구조감을 동시에 표현했다.

연한 황금빛 컬러에 섬세한 기포가 지속적으로 이어지며, 효모 숙성에서 비롯된 구운 페이스트리 향과 말린 꽃 향이 인상적이다. 허몽, 숙성 치즈, 허브를 곁들인 닭고기 요리 등 풍미가 깊은 음식과 뛰어난 페어링을 보이며, 단독으로도 충분히 즐길 수 있는 프리미엄 스파클링 와인이다.

/신원선 기자

식품업계, 밀가루제품 평균 5% 추가 인하

CJ제일제당 "물가안정 기조 동참"
파리바게뜨 11종 최대 1000원 인하

CJ제일제당은 밀가루 제품 가격을 평균 5% 추가 인하한다고 26일 밝혔다. 최근 업소용(1월 초)·소비자용(2월 초) 밀가루 가격을 각각 평균 4%, 5.5% 내린데 이은 후속 조치다.

CJ제일제당측은 "어려운 경영 상황이지만 정부의 물가 안정 기조에 적극 동참하기 위한 취지"라며 "고객과 소비자 부담을 조금이나마 덜어드릴 수 있도록 계속 노력하겠다"고 밝혔다.

파리바게뜨도 빵과 케이크 등 일부

제품 가격을 다음 달 13일부터 인하한다. 최근 원가 부담이 이어지는 상황에서 소비자 물가 부담을 낮추기 위한 조치라는 설명이다.

가격 인하 대상은 총 11종이다. 빵류 6종은 완제품 권장가격 기준 100원에서 최대 1000원까지 내린다. 주요 품목은 단팥빵·소보루빵·슈크림빵(각 1600원→1500원), 홀그레인오트식빵(4200원→3990원), 3조각 카스테라(3500원→2990원), 프렌치 붓세(2500원→1500원) 등이다.

인기 캐릭터 케이크 5종도 가격을 낮춘다. 헛트릭스 골든 케이크는 3

만9000원에서 2만9000원으로, 소다팝 케이크는 3만3000원에서 2만5000원으로 조정되는 등 최대 1만원 인하된다.

이와 함께 3월 중 1000원 가격의 가성비 크라상 신제품도 출시할 계획이다. 회사 관계자는 "지속적인 비용 상승으로 어려움이 있지만 소비자 부담을 덜고 물가 안정에 동참하기 위해 가격 인하를 결정했다"고 말했다.

한편 신세계푸드의 노브랜드 버거도 업계 최저가 신메뉴를 출시하며 소비자의 외식 가격 부담 낮추기에 나선다.

/신원선 기자 tree6834@

무신사 내달 롯데몰 은평점 개장

무신사가 인기 브랜드를 압도적인 할인가로 제안하는 오프라인 매장 무신사 아울렛 롯데몰 은평점을 오는 3월 5일 개장한다.

새 매장은 전용 면적 476평(1573㎡) 규모로 롯데몰 은평점 지하 1층에 들어선다. 구파발역 인근 핵심 상권의 이점을 살려 오프라인 고객 접점을 넓힌다는 구상이다.

단순한 저가 상품 나열에서 벗어나 인기 브랜드를 합리적인 가격에 제공하는 전문관 전략에 집중할 것이 특징이다. 영,결즈, 가방 및 모자를 비롯해 미용, 명품, 중고 등 총 11개 전문 구역으로 일괄 쇼핑 환경을 꾸렸다. /손종욱 기자

신세계百貨, '프로젝트 세카이' 단독매장 운영

220여종 기획 상품 오프라인 공개

신세계백화점이 인기 모바일 리듬게임 프로젝트 세카이 컬러풀 스테이지! 피쳐링 하츠네 미쿠의 국내 최초 단독 임시 매장을 강남점 지하 1층 특별 행사장에서 다음 달 5일까지 운영한다고 26일 밝혔다.

행사장은 게임 세계관을 몰입감 있게 재현하는 데 초점을 맞췄다. 방문객은 현장에서 리듬게임에 직접 참여할 수 있고, 대형 캐릭터 벽화가 마련된 구역에서 기념사진도 남길 수 있다.

오프라인에서 처음 공개되는 220여종의 기획 상품도 한자리에 모았다. 대



신세계백화점은 내달 5일까지 '프로젝트 세카이' 임시매장을 운영한다. /신세계백화점

표 상품으로 무작위 캔 배지 26종(3500원), 무작위 아크릴 열쇠고리 26종(7000원), 캐릭터 쿠션 6종(2만원) 등을 선보인다. /손종욱 기자 handbell@

이마트, 라오스 '노브랜드 사판통점' 오픈

해외점포 최초 한국식 조리 코너 마련
이마트가 라오스 수도 비엔티안 중심부에 노브랜드 4호점인 사판통점을 열고 동남아시아 시장 공략에 속도를 낸다고 26일 밝혔다.

이번에 문을 연 사판통점은 약 215평 규모로 라오스 내 노브랜드 매장 중 가장 크다. 사판통은 국제학교와 고급 주거지가 밀집해 구매력이 탄탄하고 소비 유행에 민감한 핵심 상권이다.

가장 눈에 띄는 특징은 해외 점포 최초로 20평 규모의 한국식 즉석조리 코너

를 마련했다는 점이다. 현지에서 불고 있는 한국 음식 열풍을 오프라인 체험으로 잇기 위해 매장 내에서 김밥, 떡볶이, 어묵, 라면 등 대표적인 한국 분식을 직접 만들어 판매한다.

앞서 개장한 라오스 1~3호점은 계획 대비 2배에서 3배 이상의 매출을 올리며 큰 호응을 얻고 있다. 과자류와 조미김, 즉석밥, 가정간편식 등이 매출을 이끌고 있으며, 4호점은 현지 수요를 적극적으로 반영해 과거 진열 면적을 기존 점포보다 두 배로 늘렸다.

/손종욱 기자

롯데칠성음료 'L와인' 패키지 리뉴얼

롯데칠성음료가 수입/판매하는 칠레산 데일리 와인 'L와인' 3종이 출시 10년여만에 패키지를 리뉴얼한다고 26일 밝혔다.

2015년 말 롯데칠성음료가 롯데그룹 유통 계열사 전용으로 출시한 L와인 3종(카베르네 소비뇽, 메를로, 샤르도네)은 출시 초부터 합리적인 가격대와 대중적인 스타일을 앞세워 와인 입문자와 가볍게 와인을 즐기는 소비자를 중심으로 폭넓은 수요를 형성했다.

'엘 카베르네 소비뇽'은 칠레 센트럴 밸리 산 카베르네 소비뇽 100% 와인으로 부드러운 탄닌감과 검붉은 과실향이

인상적이며, 스테이크, 치즈 등과 잘 어울린다. '엘 메를로'는 잘 익은 자두의 풍미와 풍부한 탄닌, 기분 좋은 정도의 산도가 긴 여운을 남기며 특히 파스타와 가금류 요리와 좋은 궁합을 보인다. '엘 샤르도네'는 열대 과일, 복숭아, 오렌지 계열의 풍미가 적절한 산도와 잘 어울리며 조개류, 생선과 같은 해산물 요리에 잘 어울린다.

롯데칠성음료는 '칠레의 전설(Legend of Chile)'라는 'L와인'의 브랜드 스토리를 더욱 강조함과 동시에 소비자에게 직관적으로 전달하기 위해 브랜드를 대표하는 글자 'L'의 크기와 굵기를 키우고 현대적 감각의 타이포그래피를 적용해 주목도와 차별성을 높이는 등 시인성을 개선했다. /신원선 기자