

상법개정 후 첫 주총... 주주환원·지배구조 개선 본격화

유통업계, 정기주총 시즌 돌입
이마트·롯데쇼핑 자사주 소각 추진
신세계 배당 예측 가능성 높아
GS리테일·BGF리테일 정관 손질
현대백·현대홈쇼핑 전자주총 도입

유통업계 상장사들이 다음 주부터 정기 주주총회 시즌에 돌입한다. 자사주 소각, 배당 제도 정비, 지배구조 투명성 강화 등 이른바 '주주 친화' 정책이 올해 주총의 핵심 의제로 부상한 모습이다.

금융감독원 전자공시시스템에 따르면 주요 유통 상장사들은 이달 중순부터 이달 말 주주총회를 개최한다. 오는 19일 GS리테일과 롯데하이마트를 시작으로 20일 롯데쇼핑, 24일 신세계, 26일에는 이마트, 현대백화점, 현대홈쇼핑, BGF리테일, 한화갤러리아 등이 차례로 주총을 열어 주요 안건을 의결할 예정이다. 특히 이번 주총은 지난달 국회를 통과한 3차 상법 개정안이 이달 6일부터 시행된 이후 처음 열리는 정기 주총이라는 점



유통업계 상장사들이 정기 주주총회 시즌에 돌입한다. 주주친화 정책이 올해 핵심 의제로 부상한 모습이다. /Gemini_Generated_Image

에서 의미가 크다. 시장에서는 '코리아 디스카운트' 해소와 관련한 제도 변화가 실제 안건에 반영될지 주목하고 있다. 자사주 소각 관련 안건을 상정한 곳은 이마트와 롯데쇼핑이다. 자사주 소각은 회사가 보유 중인 자기주식을 없애 발행 주식 수를 줄이는 방식으로, 주당 가치 상승 효과가 기대되는 대표적인 주주환

원 정책으로 평가된다. 롯데쇼핑은 자기주식 보유 및 처분 절차를 신설하기 위한 정관 변경안을 주총에 올렸다. 이마트는 신세계푸드와의 주식 포괄적 교환 과정에서 보유 자사주를 소각하는 안건을 상정했다. 신세계 역시 배당 기준일을 조정해 투자자가 배당 여부를 사전에 확인할 수 있도록 하는 등 배당 예측가

능성을 높이는 방안을 추진한다. 이사 선임 방식과 관련한 제도 변화도 주총 안건에 포함됐다. 주주가 보유한 의결권을 특정 후보에게 집중할 수 있도록 하는 집중투표제 도입을 위한 정관 변경안이 잇따라 상정된 것이다.

집중투표제는 선임할 이사 수만큼의 결권을 주주에게 부여해 특정 후보에게 표를 몰아줄 수 있도록 하는 제도로, 소액주주도 이사회 구성에 일정 부분 영향력을 행사할 수 있는 장치로 평가된다.

BGF리테일, 롯데쇼핑, GS리테일, 현대백화점, 이마트, 신세계 등은 기존 정관에 포함돼 있던 '집중투표제 배제' 조항을 삭제하는 안건을 주총에 올렸다. 그동안 다수 기업이 정관을 통해 집중투표제를 적용하지 않도록 해왔지만, 이번 개정을 통해 소액주주 권한 강화와 지배구조 투명성 제고가 기대된다는 평가다.

주주총회 참여 확대를 위한 제도 도입도 추진된다. 현대홈쇼핑, GS리테일, 현대백화점 등은 전자주주총회 도입을 위한 근거 규정을 정관에 마련하는 안건을

상정했다. 전자주주총회는 주주가 현장에 직접 참석하지 않더라도 온라인을 통해 의결권을 행사할 수 있도록 하는 방식이다. 물리적으로 참석이 어려운 주주들도 참여할 수 있어 주주 참여 확대와 권익 강화에 기여할 것으로 기대된다.

상법 개정 이후 기업 지배구조 개선과 주주 권익 보호에 대한 요구가 높아지면서 유통업계 역시 관련 제도 정비에 나서는 분위기다. 업계에서는 기업가치 제고와 투자자 신뢰 확보를 위한 움직임이 올해 주총 안건 전반에 반영되고 있다는 분석이 나온다.

유통업계 관계자는 "최근 상법 개정과 함께 기업 지배구조 개선과 주주환원 정책에 대한 시장의 관심이 높아지고 있다"며 "유통기업들도 주주 가치 제고와 투자자 신뢰 확보를 위한 제도 정비에 속도를 내는 분위기"라고 말했다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



'두쫘꾸' 지고 '버터떡' 왔다... 디저트 유행도 초단기

SNS 타고 신메뉴 확산
카페·프랜차이즈 출시 잇따라
빠른 교체 주기에 자영업자 부담

"오늘 오전에 팔릴 버터떡은 다 팔리고 없어요. 만들어 놓으면 배달 물량으로 다 빠져버려서 오후에 다시 구워져 나옵니다."

'버터떡 판매' 포스터를 보고 들어간 서울 용산구의 한 카페, 매장 진열대에는 기대하던 버터떡 대신 'Sold Out'이 붙어있었다. 불과 몇 주 전만 해도 오픈런이 이어질 정도로 인기를 끌던 '두바이 쫘꾸 쿠키'는 바로 옆에 놓여 있었지만, 찾는 고객은 없었다.

SNS를 중심으로 새로운 디저트 '버터떡'이 빠르게 확산하면서 최근까지 열풍을 일으켰던 두쫘꾸의 자리를 대체하는 모습이다. 디저트 유행 주기가 갈수록 짧아지면서 몇 주 만에 트렌드가



인스타그램 '버터떡' 검색 페이지 캡처.

교체되는 현상이 나타나고 있다는 분석이 나온다.

버터떡은 중국 상하이 전통 디저트 '황요넝가오'를 변형한 간식으로 알려져 있다. 찹쌀가루와 타피오카 전분을

섞은 반죽에 버터와 우유, 설탕, 계란 등을 넣어 오븐에 구워 만든다. 겉은 바삭하고 속은 쫘득한 식감이 특징으로 모찌와 버터 케이크의 중간 형태에 가까운 디저트다.

중국 MZ세대 사이에서 인기를 얻은 뒤 인스타그램과 틱톡 등 사회관계망서비스(SNS)에서 제조 과정 영상과 카페 방문 인증 게시물이 확산되면서 국내에서도 관심이 빠르게 높아졌다.

이에 개인 카페들은 발 빠르게 메뉴 전환에 나서고 있다. 두쫘꾸를 대신해 버터떡을 주력 디저트로 내놓는 매장이 늘고 있는 것.

카페 자영업자 A (35)씨는 "두쫘꾸 유행 때는 재료(피스타치오, 카다이프)도 비싸고 만드는 데 손이 많이 가서 판매를 해야하나 말아야하나 고민이 많았는데, 버터떡은 오히려 재료 확보가 쉽고 제조 과정도 단순해 바로 디저트 라

인에 추가했다"며 "SNS에서 어떤 디저트가 유행하는지 잠깐 놓치면 막차를 타기 일쑤니까 트렌드를 놓치지 않기 위해 노력한다"고 말했다.

유통업계에서도 관련 소비 증가가 확인된다. 이마트에 따르면 버터떡이 SNS에서 화제가 되기 시작한 지난달 이마트와 트레이더스의 버터 판매량은 전월 대비 약 20% 증가했다. 같은 기간 타피오카 전분 판매량은 지난해 같은 기간보다 126%, 찹쌀가루 판매량은 115% 늘었다. 버터 판매량이 이처럼 큰 폭으로 증가한 것은 이례적이라는 설명이다.

프랜차이즈와 식품업체도 관련 제품을 잇달아 출시하고 있다.

파리크라상 법인의 베이커리 브랜드 패션파이브는 최근 프랑스 프리미엄 버터인 에쉬레 버터를 사용한 '버터쫘꾸 떡'을 선보였다. 가격은 5개입 기준 9600원이다. /신원선 기자

쿠팡, 전국 11개 산지서 딸기 3000톤 매입

인구감소지역 판로 확대

쿠팡이 인구감소지역을 포함한 전국 주요 딸기 농가에서 역대 최대 규모인 약 3000톤 규모의 딸기 매입을 추진한다.

쿠팡은 딸기 시즌인 오는 5월까지 약 3000톤의 딸기를 주요 산지에서 매입할 전망이다. 지난 11월부터 매입을 시작했다. 직전딸기철(2024년 11월~2025년 5월)의 매입 규모인 2510여톤과 비교해 20% 늘어난 수치다. 쿠팡의 2023~2024년 시즌 딸기 매입량이 1570톤인 점을 감안하면 2년 만에 약 2배 늘어난 결과다. 쿠팡은 지난 11월부터 올 2월까지 딸기 매입 규모가 1500여톤에 이른 상황이다. /신원선 기자

쿠팡이 딸기 매입 규모가 늘어난 이유는 새벽배송·산지직송을 이용하는 전국 고객이 늘어나면서, 딸기 농가 활성화에 나선 지방자치단체와 손을 잡고 농가를 확대했기 때문이다.

2년 전 쿠팡의 딸기 매입 산지는 충남 논산·경남 진주 등 5곳이었다. 올해 매입지는 총 11개 지역으로 경상도(산청·하동·진주·밀양·고령·의성), 전라도(남원·삼례·담양), 충청도(논산·홍성) 등이다. 이 가운데 8곳이 행정안전부가 지정한 인구감소지역이다. 쿠팡은 지난 4월 경북 고령군, 11월 충남 논산시와 업무협약(MOU)을 체결하고 딸기의 온라인 판로 확대에 나섰다. /신원선 기자

GS25, '신선식품 사전예약' 흥행몰이

2030세대 호응 속 누적 주문 2만건

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25 가올해 '우리동네GS' 앱을 통해 선보인 신선식품 사전예약 서비스 '신선한 예약' 기획전이 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있다. '신선한 예약'은 일반 편의점 매장에서 취급하기 어려운 제철 상품 등 다양한 신선식품을 앱 사전예약 방식으로 판매하는 행사다. '우리동네GS' 앱에서 상품을 결제하고 수령을 희망하는 GS25 점포를 선택해 찾아가면 된다.

신선한 예약 기획전은 올해 1월부터 2월까지 월평균 2회씩 총 4차례 진행됐으며 누적 주문 2만건을 기록했다. 이 같은 호응에 힘입어 '우리동네GS' 앱에서



GS25는 매월 '우리동네GS' 앱에서 신선식품을 합리적인 가격으로 선보이는 사전예약 행사를 진행하고 있다. /GS25

발생한 신선식품 매출은 전년 대비 540% 신장했다. 판매 우수 상품은 ▲한돈 삼겹살 ▲향공직송연어필렛 ▲5無훈제오슬라이스 ▲한돈목살 ▲캘리포니아 딸감 순으로 나타났다. /신원선 기자

롯데마트

국산 열대과일 키운다

기후변화 맞춰 라인업 강화

롯데마트가 기후 변화에 발맞춰, 올봄 국산 열대·아열대 과일을 선보인다. 한반도 기후의 아열대화로 국내 열대·아열대 과일 재배 한계선이 빠르게 북상하고 있다. 이 같은 흐름에 맞춰, 롯데마트는 지난 12일 국산 열대·아열대 과일 3종을 출시했다. 가격 경쟁력을 갖춘 기존 수입 과일에 더해 '초신선' 가치를 극대화한 국산 라인업을 보강해 고객들에게 다채로운 과일 선택지를 제공할 것이라는 취지다.

대표 상품은 전남 신안에서 재배한 '국산 무농약바나나'다. 신안 해풍을 맞고 자란 무농약 인증 원물로 국산 재배의 장점을 살려 장기 운송을 위한 조기 수확 없이 나무에서 90% 이상 익힌 후 수확하는 것이 특징이다. /신원선 기자

갤러리아백화점

웨딩 고객 혜택 강화

프리미엄 혼수 수요 맞춰 경쟁력 확대

갤러리아백화점이 예비 신혼부부 고객을 위한 웨딩 쇼핑 혜택을 확대한다. 갤러리아는 서울 명품관에서 3월 13일부터 22일까지 '웨딩 페스타'를 진행한다. 참여 브랜드 구매 시 최대 250% 웨딩 마일리지 적립이 가능하며, 300만 원 이상 구매 고객에게는 10개월 무이자 할부 혜택을 제공한다.

1월 웨딩페스타 당시 인기가 높았던 예뻐 구매 고객 대상 기프트 증정 행사도 이어간다. 결혼반지 또는 시계 구매 시 웨딩마일리지 적립 고객을 대상으로 테이블웨어 브랜드 '헤리티'의 ▲가야 글라스라지 세트 ▲슈테이블매트+식기 세트 중 1종을 한정 수량으로 증정한다. /신원선 기자