홈플러스 회생과 MBK 김병주의 책임

이정희의 西村브리핑

홈플러스 사태가 다시 중대 분수령을 맞고 있다. 7월3일이 홈플러스 회생계획안 가결일이다. 서울회생법원은 그 직전인 지난 6월30일까지 홈플러스 측에 현실적이고 구체적인 2000억원 규모의 추가 자금 조달 계획을 제출하라고 요구한 바 있다. 일종의 최후 통첩 성격이다. 홈플러스 측이 가까스로 30일까지 수정 회생계획안 변경안을 제출했지만 법원이 요구한 2000억원의 외부 자금 조달안은 담기지 않았다. 홈플러스는 최대 채권자인 메리츠금융에 2000억원의 긴급운영자금(DIP) 대출을 요청했다. 하지만 메리츠는 절반인 1000억원에 대해서만 대출을 의결했다. 이마저도 홈플러스 대주주인 MBK파트너스의 김병주 회장 개인의 보증을 요구하면서 자금 조달안이 무산됐다.

법원의 자금 조달 계획안 제출 요구는 사실상 계획안이 안 나오면 회생 절차를 폐지하겠다는 신호다. 회생 절차가 폐지되면 남는 길은 청산,즉 파산 절차다. 그래서 자금이 채워지느냐 마느냐가 회사의 존속 여부와 직결되는 셈이다. 법조계에서는 오는 9월까지 2개월의 추가 연장 가능성이 거론되지만 추가 연장이 이뤄지더라도 법원이 요구한 자금조달 방안이 마련되지 않는다면 회생계획안 인가는 쉽지 않을 것으로 보인다.

현재 벼랑 끝에 서있는 홈플러스의 상황을 보면 본말이 전도돼 있다는 점을 지적하지 않을 수 없다. 홈플러스 최대주주인 MBK가 위기 상황인 데도 '아무리 짜봐야 나올 것이 없다'는 식으로 버티고 있는 것은 혹여나 정부가 홈플러스를 살리겠다는 입장을 밝히고, 법원도 홈플러스 직원 1만2000명을 그냥 거리에 나앉게 하지는 못할 것이라는 속내 때문인지. 왜 홈플러스 최대주주인 MBK와 김병주 회장은 채권자인 메리츠에게 추가 대출을 요구하기 전에 먼저 책임 있는 자금 투입 계획을 내놓지 않을까.

메리츠도 일말의 책임은 있다. 채권자 역시 홈플러스의 회생이 가져올 사회적 의미와 경제적 파장을 외면해서는 안 된다. 금융기관도 손익 계산서만 바라볼 것이 아니라, 기업 회생 과정에서 합리적이고 책임 있는 역할을 해야 한다. 다만 순서가 있다. 대주주가 먼저 회생 의지를 숫자로 증명하고, 그 다음 채권단이 참여 여부를 판단하는 것이 정상적이다. 대주주의 책임 있는 출연이나 확실한 보증 없이 채권자에게 추가 자금을 요구하는 것은 시장 원칙에도 맞지 않는다.

채권단에 고통 분담을 요청할 수는 있다. 법원에 시간을 달라고 호소할 수도 있다. 그러나 그 모든 요구의 전제는 대주주의 선제적 희생이다. 자신은 제한적 부담만 지면서 타인들에게 더 큰 부담을 떠넘기는 구조라면 그것은 그야말로 무책임의 표본이자 대표적인 '도덕적 해이(모럴헤저드)'다.

무엇보다 MBK 뒤에 물러나 있는 김병주 회장이 보이고 있는 자세도 문제다. MBK는 국내 대표 사모펀드이고, 김 회장은 그 상징적 인물이다. 2025년 기준 '포브스' 발표를 보면 김 회장의 재산은 무려 14조 2000억원에 달한다. 이런 김 회장이 사재 출연이든, 개인 보증이든, 책임자본 투입이든 분명한 방식으로 먼저 움직이는 것이 첫 순서인데도 어떤 '액션'도 취하지 않고 있다.

회생법원이나 상당수 국민들이 요구하고 있는 것은 단순한 자금 조달 계획서가 아니다. 홈플러스를 살릴 의지와 능력이 실제로 존재하는지에 대한 증명이다. 그 증명의 첫 줄에는 김병주 회장이 서야 한다.

회생 절차는 부실의 비용을 사회 전체에 나눠 떠넘기기 위한 장치가 아니다. 기업을 살릴 가치가 있고, 그 기업을 책임질 주체가 명확할 때 작동해야 한다. 대주주가 책임을 회피하는 회생에 대해 국가나 채권단이 끌려갈 수는 없다. /ljnh@metroseoul.co.kr

케이블 TV 생존을 위한 외침

기자 수첩
조 민 선
〈IT부〉

공공성은 위기 상황의 방어 논리가 될 수 없다. 최근 케이블TV의 역할과 미래를 논하는 국회 세미나 장을 나오면서 든 생각이다.

이날 좌담회에서는 종합유선방송사업자(SO)의 공적 기능과 지원 필요성이 여러 차례 언급됐다. 지역채널은 기초자치단체와 생활권 정보를 다루고, 중앙 방송이 미처 담지 못한 지방선거 후보 정보도 효과적으로 제공하므로 공적 기능을 수행한다. 따라서 지역 공공미디어 서비스라는 포괄적인 틀을 만들어 재원과 거버넌스를 다시 설계해야 한다는 주장이다.

현장에서는 인터넷TV(IPTV)를 함께 운영하는 대기업 계열 사업자들이 지역 케이블TV의 점유율을 가져가고 있다는 지적도 나왔다. 규모가 작은 SO 입장에서는 충분히 제기할 수 있는 문제다.

실제로, 케이블TV 시장이 어려운건 사실이다. 이미 10년 전부터 매출과 영업이익이 줄곧 감소세인 데다 규모가 작은 사업자들은 매년 평균 1200억원 수준의 운영 비용을 지출한다.

그러나 대기업 계열 사업자 역시 유튜브와 OTT 중심의 시청 흐름 속에서 성장을 장담하기 어려운 상황이다. 이들이 시장을 독점한다거나 케이블TV 시장이 어렵다는 말만으로 미래가 열리지는 않는다.

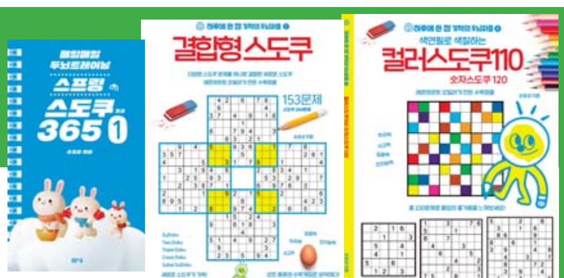
지역 케이블 TV가 다시 설득력을 얻으려면 지역민이 찾아볼 만한 콘텐츠를 스스로 증명해야 한다. 공공성을 주장하는 것만으로는 어렵다. 이들에게 지원 체계가 새로운 출발일 수는 있어도 해답은 아니다. 시청자가 머물 이유를 만들지 못하면 공공성은 금세 설득력을 잃는다.

케이블TV가 공적 기능을 수행한다고 말하려면 그 기능이 무엇인지부터 분명해야 한다. 그 다음은 어떤 기획 의도로, 어떤 프로그램을, 어떻게 보여줄 것인지 답해야 한다. 지방의회를 감시하고, 생활권 문제를 파고들어 대중들이 반응하는 콘텐츠로 만들어야 한다.

TV를 켜고 지역 정보를 필요로 하는 실질적인 시청층부터 분명히 설정해야 한다. 젊은 층들은 이미 OTT와 유튜브, 숏폼으로 이동했다. TV 의존도가 높은 고령층에게 재난, 복지, 교통, 의료, 생활 행정 정보를 제대로 전달하는 공적 기능이 될 수 있다. 다만 그 콘텐츠가 낡아도 된다는 뜻은 아니다.

케이블TV의 미래는 지원 여부만으로 결정되지 않는다. 공적 기능을 어떻게 증명할지가 더 중요하다. 공공성이 위기에 닥친 기업의 생존을 위한 외침이 되어서는 안된다. /msjo@

매일매일 두뇌트레이닝 생각하는 힘 스도쿠365



문제풀이: 3X3 스도쿠 X는 가로,세로,3X3박스에 1부터 9의 숫자가 대각선 회색 9칸에 1부터 9의 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

	1			2		3		9
3					1		5	2
	8							
		6			3		2	4
1		5	9		4	6		8
4	7		3			5		
							3	
8	3		6					1
5		7		9			6	

6		9			4			5
		4	1					
		7				4	3	1
8			6	4	9		2	
			8		7			
	4		9	7	3			6
1	5	8				3		
					1	5		
2			4			6		7

문제출제:손호성
새로운 고난이도의 월드퍼즐을 즐겨보세요
http://www.argo9.com

할인도서

6	8	9	2	3	4	1	7	5
7	3	4	1	5	8	9	6	2
9	2	7	5	8	6	4	3	1
8	1	5	6	4	9	7	2	3
3	6	1	8	9	7	2	5	4
5	4	2	9	7	3	8	1	6
1	5	8	7	6	2	3	4	9
4	7	6	3	2	1	5	9	8
2	9	3	4	1	5	6	8	7

7	1	4	5	2	6	3	8	9
3	6	9	8	7	1	4	5	2
2	8	3	4	6	5	9	1	7
9	5	6	7	1	3	8	2	4
1	2	5	9	3	4	6	7	8
4	7	1	3	8	2	5	9	6
6	9	8	2	4	7	1	3	5
8	3	2	6	5	9	7	4	1
5	4	7	1	9	8	2	6	3

재미로 보는 오늘의 운세 7월 3일 (음 5월 19일) 포춘토리(www.fortunetory.com)

쥐 — **48년생** 매사에 더욱 더 조심하는 것이 길합니다. **60년생** 뜻밖의 행운이 굴러 들어옵니다. **72년생** 자신의 능력을 평가하기에 좋은 기회입니다. **84년생** 용기를 내어 추진해 보세요.

소 — **49년생** 여행을 계획중이면 다음으로 미루세요. **61년생** 일에 준비성이 필요합니다. **73년생** 길을 다가 필요한 정보를 얻을 것입니다. **85년생** 성에 차지 않더라도 당분간 만족하고 자중하세요.

호랑이 — **50년생** 반가운 손님이 귀하를 방문할것입니다. **62년생** 말 조심하고 건강에 신경을 쓰세요. **74년생** 중심을 잡고 일에 집중하세요. **86년생** 늘 올바른 자세로 매사에 임하세요.

토끼 — **51년생** 정신적인 스트레스가 매우 심합니다. **63년생** 조금만 더 참고 기다리세요. **75년생** 주변 사람들의 말에 귀를 기울이세요. **87년생** 부와 명예의 길로 힘차게 돌진하고 있습니다.

용 — **52년생** 성실한 자세로 계속 나아가면 더 큰 이득이 보입니다. **64년생** 금전운이 다소 불리합니다. **76년생** 오늘은 조용히 근신할 때입니다. **88년생** 유흥에 시간을 보내게 됩니다.

뱀 — **53년생** 유비무환이란 말을 명심하도록 하세요. **65년생** 괴롭지만 고통을 내색하지 마세요. **77년생** 어려울 듯하면서도 좋은 방향으로 갑니다. **89년생** 이성과의 갈등이 우려됩니다.

말 — **54년생** 자신의 고집을 버려야 하는 일이 길합니다. **66년생** 신중히 나아가야 성과가 있을 것입니다. **78년생** 현금은 저축하는 것이 좋겠습니다. **90년생** 사면초가의 위기입니다.

양 — **55년생** 지금은 더욱 열심히 할 때입니다. **67년생** 낫 들고 기역 자도 모르는 상황입니다. **79년생** 부모에게 효도하는 것은 자식들의 마땅한 도리입니다. **91년생** 생식은 되도록 삼가세요.

원숭이 — **56년생** 좋은 사람을 만날 수 있습니다. **68년생** 재물을 다투는 일이 따를 수 있습니다. **80년생** 칭찬 또는 용돈을 받을 수 있습니다. **92년생** 생각도 못했던 사람을 만나게 됩니다.

닭 — **57년생** 고집을 버리세요. **69년생** 바른 마음 가짐을 가지고 분수를 알고 행동하세요. **81년생** 모든 일이 원만하게 이루어질 것입니다. **93년생** 노력이 소망을 이루는 지름길입니다.

개 — **58년생** 부채로 인해 어려운 시기입니다. **70년생** 혈압이나 스트레스를 특히 주의하세요. **82년생** 더 가지려 말고 현재 가진 것을 잘 간수하세요. **94년생** 말을 함부로 하지 않도록 조심하세요.

돼지 — **59년생** 좋은 소식이 기대되는 하루입니다. **71년생** 방식을 바꾸는 것은 절대 금물입니다. 8**3년생** 귀하의 약점이 드러날 수 있습니다. **95년생** 가는 곳마다 사고가 기다리고 있으니 조심하세요.

김상회의 四季

부부의 날

어버이날이나 어린이날은 우리 국민에게 익숙한 법정기념일이다. 그런데 '부부의 날'은 익숙지가 않다. 그도 그럴 것이 수십 년의 역사를 가진 어린이날이나 어버이날에 비하면 부부의 날이 공식적으로 법정기념일이 된 것은 이제 이십 년도 채 되지 않았기 때문이다. 실은 민간단체인 '부부의 날 제정추진위원회' 가 부부의 날을 법정기념일로 제정해달라는 요청에 따라 정부는 국회 동의안을 거쳐서 2007년 5월 21일을 국가공인 법정기념일로 승격되었다고 한다. 본래 1995년 경상남도 창원에 살았던 권재도 교회 목사 부부가 부부의 화합과 가정의 소중함을 일깨우자는 취지에서 제정했다. 부부간의 관계를 되새기고 화합을 독려하는 취지에서 만든 기념일이라는데, 누군가는 가뜩이나 행사가 많은 5월에 굳이 부부의 날까지 만들 필요가 있나 하면서 생뚱맞아하는 모습도 보았다.

어린이날, 어버이날, 성년의 날, 스승의 날 등 모두 5월이어서 생활비 측면 가장 부담스러운 달이기도 하지만 결혼기념일도 있는데 이렇게 되면 같은 성격의 이중과세가 아니냐며 그다지 즐거워하는 분위기가 아닌 듯하다. 특히 결혼을 기피하는 청춘남녀도 많고 혹여 이혼한 부부들도 많아진 형국에서는 뭔가 씁쓸한 날일지도 모르겠다. 부부지간은 그래도 가장 큰 의지처이다. 명리학 고전인 적천수(滴天髓)에 부처인연숙세래(夫妻姻緣宿世來)란 말이 있다. 부부가 되는 인연은 인위적이거나, 우연히 맺어지는 것이 아니고 전생에서부터 온다고 한 것이다. 독수공방 등등이 모두 전생에 정해진 각본에 따라 이루어진다고 주장한다. 불가에서 말하는 부부인연은 칠천 겁의 인연이니 사방 사십 리의 바위를 일 년에 한 번 선녀가 내려와서는 입고 있던 비단 옷깃으로 한 번씩 스쳐서 닳아 없어지는 시간을 일 겁이라고 한단다.

'김상회의 사계'에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.

김상회 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com

metro 메트로미디어

서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551

발행·편집인	이 장 규	편집국장	윤 휘 종
인쇄인	중앙일보(주)		
광고문의 / 독자센터	02)721-9851,9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206 2002년5월28일 제5945호		
일간 메트로경제	서울 가50111 2017년3월09일 제2049호		

본지는 한국신문윤리위원회의 서약사로서 신문윤리강령을 준수합니다.