홈플러스, M&A 난항·자금난 지속… 전면 셧다운 가능성

현재까지 확인된 인수의향자 없어
정산지연·임금체불 등 피해 확산
공대위, 정부지원·책임규명 촉구


지난달 27일 경기도 소재 폐점 홈플러스 매장. /뉴시스

기업회생 절차를 밟고 있는 홈플러스가 매각 난항과 자금난으로 이달 중 전 점포 휴점 가능성까지 거론되면서 경영 정상화에 대한 우려가 커지고 있다. 임금 체불과 희망퇴직 취소에 이어 납품대금 정산 지연 등 입점업체 피해까지 확산하자 정치권과 노동계는 정부의 긴급 지원과 대주주 책임 규명을 촉구하고 나섰다.

더불어민주당 을지로위원회와 진보당, 사회민주당, 홈플러스 사태 해결 공동대책위원회(공대위)는 지난 3일 국회 소통관에서 기자회견을 열고 홈플러스 정상화를 위한 정부 차원의 긴급 대책 마련을 요구했다.

안수용 마트노조 홈플러스지부장은 "서울회생법원이 10월 말까지 인수의향서 제출을 요구했지만 현재까지 확인된 인수의향자는 없다"며 "전체 직원의 절반에 가까운 동료들이 휴업 상태에 놓여 있고, 임금은 반복적으로 체불되고 있다"고 말했다.

입점업체의 피해 사례도 공개됐다. 황지욱 홈플러스 파주운정점 입점점주는 본사의 전기요금 체납으로 매장 전기 공급이 중단돼 폐업했으며, 폐업 이후에도 보증금과 6월 매출대금을 돌려받지 못하고 있다고 주장했다.

황 점주는 "함께 일하던 직원들의 급여와 퇴직금, 매달 나가는 생계비를 어떻게 해결하라는 것이냐"며 미지급 대금의 즉각적인 지급과 피해 배상을 요구했다.

이들은 공적자금 투입을 포함한 긴급 정상화 대책 마련과 노동자 체불임금 해결 및 고용안정, 폐점 지역 노동자와 입점·납품업체에 대한 피해 지원을 요구했다. 아울러 홈플러스 대주주인 MBK파트너스의 경영 책임을 규명하고 김병주 회장에 대한 구속수사에 나설 것을 촉구했다.

이 같은 요구는 홈플러스의 자금난이 심화하면서 이달 중 전 점포 휴점 가능성까지 거론되는 상황에서 나왔다. 노조 측은 새로운 인수자가 나타나지 않거나 추가 운영자금을 확보하지 못할 경우 이르면 이달 내 전 점포가 다시 휴점에 들어갈 수 있다고 우려하고 있다. 휴점이 현실화되면 영업 재개 시점을 기약하기 어려워 사실상 전면 셧다운으로 이어질 가능성도 제기된다.

홈플러스는 지난 9월 법원의 회생계획안 인가 이후 경영 정상화에 나섰지만 매출은 여전히 목표치를 크게 밑돌고 있다. 지난 8월 영업 재개 이후 18일간 1164억원의 매출을 올리며 초기 회복세를 보였으나 재개장 효과가 줄어든 데다 추석 대목에도 선물세트를 판매하지 못하면서 매출 회복세가 꺾였다.

자금난 여파로 희망퇴직 취소와 임금 체불도 이어지고 있다. 홈플러스는 지난달 29일 희망퇴직 예정일을 불과 이틀 앞두고 '경영 사정의 변경'을 이유로 희망퇴직 절차를 취소했다.

앞서 홈플러스는 지난달 7일부터 22일까지 전 직원을 대상으로 희망퇴직 신청을 받을 예정이었으나 예상보다 많은 직원이 몰리면서 14일 접수를 조기 마감했다. 노조는 신청 인원이 400명 안팎인 것으로 추산하고 있다

지난달 30일로 예정됐던 8월분 급여 잔여액 75%의 지급도 무기한 연기됐다. 홈플러스는 지난달 23일 8월분 급여의 25%를 우선 지급하고 나머지 75%를 30일 지급하기로 했지만, 자금 사정이 개선되지 않으면서 지급 예정일을 하루 앞두고 일정을 다시 미뤘다.

홈플러스의 경영난이 장기화하면서 입점 중소기업들의 피해도 확산되고 있다. 중소기업중앙회 조사에 따르면 홈플러스 거래업체의 63.0%가 지난 7~9월 주거래 대형마트를 통한 매출이 전년 동기 대비 감소했다.

회생의 주요 돌파구로 꼽히는 인수합병(M&A)도 난항을 겪고 있다. 홈플러스는 지난달 말까지 인수의향서(LOI)를 접수할 계획이었지만 뚜렷한 인수 후보를 찾지 못했다.

공대위는 "인수의향자가 나타나기만을 기다리면서 시간을 보내기에는 홈플러스 상황이 너무나 절박하다"며 "노동자의 일자리를 지키고 협력업체의 생계를 보호하는 한편, 지역경제 붕괴를 막기 위해 정부가 나서야 한다"고 강조했다. /김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr

CJ제일제당, '뉴트리솔루션' 선봬… 글로벌 동물영양 시장 공략

사료배합 종합 분석 디지털 플랫폼
원료공급 넘어 기술 컨설팅 영역 확장

CJ제일제당이 사료용 아미노산 사업에서 축적한 기술력과 데이터를 기반으로 글로벌 동물 영양 시장 공략에 나선다. 사료 배합에 따른 영양 가치와 경제성은 물론 탄소배출량까지 분석하는 디지털 플랫폼을 선보이며 기존 원료 공급 중심의 사업을 기술 컨설팅 영역으로 확장한다.

CJ제일제당은 사료 배합별 영양 가치와 경제성을 종합적으로 분석하는 디지털 플랫폼 '뉴트리솔루션(NutriSolution)'을 출시한다고 4일 밝혔다. 해당 플랫폼은 오는 10일부터 13일까지 독일 하노버에서 열리는 축산 박람회 '유로티어(EuroTier) 2026'에서 처음 공개된다.

NewtriSolution™
뉴트리솔루션 로고. /CJ제일제당

뉴트리솔루션은 사료에 사용되는 아미노산과 각종 원료·첨가제의 기능 및 효과, 적정 함량 등을 분석해 최적의 배합을 제안하는 서비스다. 원료별 함량에 따른 제품의 수익성도 시뮬레이션할 수 있다. CJ제일제당이 35년간 사료용 아미노산 사업을 통해 축적한 데이터를 디지털 플랫폼으로 구현한 것이 특징이다.

동물의 성장 단계에 따라 필요한 아미노산 함량을 정밀하게 분석하는 기능도 갖췄다. 이를 통해 사료 제조사는 동물의 생장에 필요한 영양 조건과 제품의 경제성을 함께 고려해 배합을 설계할 수 있다.

글로벌 시장의 ESG 규제 강화에 대응할 수 있도록 탄소배출량 분석 기능도 적용했다. 배합 원료의 원산지와 운송 정보 등을 바탕으로 제품 생산 과정에서 발생할 것으로 예상되는 탄소배출량을 산출한다. 사료 제조사들은 이를 제품 개발에 반영해 글로벌 환경 규제에 대응하는 데 활용할 수 있다.

CJ제일제당은 뉴트리솔루션을 단순 배합 분석 서비스를 넘어 고객사의 제품 개발과 의사결정을 지원하는 기술 컨설팅 플랫폼으로 육성할 방침이다. 이를 통해 아미노산 중심의 동물 영양 사업에서 고객 접점을 넓히고 새로운 성장 기반을 확보한다는 구상이다.

홍영기 CJ제일제당 기술영업팀장은 "사료 개발에서 중요한 것은 동물을 위한 영양과 제품의 수익성을 동시에 확보하는 것"이라며 "축적된 데이터와 동물 영양 분야 전문성을 바탕으로 고객의 의사결정을 지원하는 기술 파트너가 되겠다"고 말했다.

CJ제일제당은 사료용 아미노산 브랜드 '베스트아미노(BESTAMINO)'를 앞세워 글로벌 시장에서 사업을 확대해왔다. 1991년 라이신을 시작으로 쓰레오닌, 트립토판, 발린 등으로 제품군을 넓혔으며 현재 총 8종의 사료용 아미노산을 보유하고 있다. 트립토판과 알지닌, 이소류신, 히스티딘 등 4개 품목에서는 글로벌 시장 점유율 1위를 유지하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@

신제품


프리미엄 가나 시즌 한정 제품 4종. /롯데웰푸드

롯데웰푸드
프리미엄 가나 한정판

롯데웰푸드는 주요 편의점과 대형마트 전용 '프리미엄 가나' 시즌 한정 제품 4종을 출시한다고 4일 밝혔다.

신제품은 초콜릿 안에 다양한 필링을 채운 쉘 타입으로 구성됐다.

세븐일레븐에서는 커스터드 크림과 카라멜 칩을 넣은 '프리미엄 가나 크림브륄레'를 판매한다. CU 전용 제품인 '프리미엄 가나 소금우유'는 소금우유 필링과 카라멜 칩을 조합했다. GS25와 GS더프레시에서는 다크 초콜릿 쉘에 호지차 필링을 채운 '프리미엄 가나 호지차'를 선보인다. 이마트와 이마트 에브리데이, 이마트24에서는 꿀맛 필링과 배 시럽을 조합한 '프리미엄 가나 허니&페어'를 판매한다. /신원선 기자

롯데칠성음료
'설중매' 제로슈거 리뉴얼

롯데칠성음료가 제로슈거와 낮아진 알코올 도수를 앞세워 매실주 시장 공략에 나선다.

롯데칠성음료는 국내 매실주 최초로 당함량 0g의 제로슈거를 적용한 '설중매'를 새롭게 선보인다고 4일 밝혔다.

리뉴얼 제품은 전남 광양에서 수확한 햇매실을 100% 사용하고, 매실침출주 비중을 높여 원료 본연의 맛과 향을 강화한 것이 특징이다. 여기에 설탕을 첨가하지 않아 깔끔한 음용감을 구현했다. /신원선 기자

신세계백화점
VIP 쇼핑 서비스 확대

큐레이션 플랫폼 '더 쇼케이스' 고도화

신세계백화점이 VIP 전용 큐레이션 플랫폼 '더 쇼케이스'를 통해 VIP 쇼핑 서비스를 확대하고 있다고 4일 밝혔다.

지난 2024년 11월 출시한 더 쇼케이스는 백화점 앱을 통해 자동차와 주류, 전통공예, 맞춤형 공간 컨설팅 등 기존 매장에서 접하기 어려운 상품과 서비스를 제공하고 있다. 특히 희소성 높은 상품과 개인의 취향을 반영한 맞춤형 서비스가 호응을 얻으며 올해 구매 객단가는 지난해의 5배 수준으로 증가했다.

슈퍼카와 맞춤형 주방 등 개인의 취향과 생활방식을 반영한 상품에 대한 VIP 고객의 수요가 늘어난 결과로 분석된다.이외에도 국가유산청과의 업무협약을 바탕으로 칠장·나전장·낙화장 등 국가무형유산 전승자들의 공예 작품도 선보였다. /김서현 기자

현대백화점, 본업·면세 '양날개'… 전년대비 영업익 30% ⬆

3분기 연결기준 매출 1조1723억
백화점 영업익 1141억… 27.8% ⬆

현대백화점이 올해 3분기 백화점과 면세점 사업의 동반 성장에 힘입어 영업이익을 30% 이상 늘렸다. 외국인 고객 증가와 명품·패션 판매 호조가 실적을 견인한 반면, 매트리스 계열사 지누스는 미국 시장의 소비 부진으로 적자를 이어갔다.

4일 현대백화점은 올해 3분기 연결 기준 매출액 1조1723억원, 영업이익 946억원을 기록했다고 공시했다. 전년 동기 대비 각각 16.0%, 30.1% 증가한 수치다. 영업이익은 시장 전망치인 847억원을 11.7% 웃돌았다. 당기순이익은 307억원으로 35.7% 감소했다.

실적 개선을 이끈 것은 백화점 사업이다. 3분기 백화점 부문 순매출은 6145억원으로 전년 동기 대비 6.5% 증가했고, 영업이익은 1141억원으로 27.8% 늘었다. 외국인 고객 유입이 확대된 가운데 패션과 명품, 고가 주얼리 등 주요 상품군의 판매가 호조를 보인 영향이다.


현대백화점그룹 사옥 전경. /현대백화점

면세점도 성장세를 이어갔다. 3분기 순매출은 3666억원으로 전년 동기 대비 64.8% 증가했고, 영업이익은 32억원으로 145.6% 늘었다. 입출국자 수 증가와 지난 4월 개장한 인천공항 DF2 구역의 매출 확대가 영향을 미쳤다. 면세점 사업은 5개 분기 연속 흑자를 기록했다.

반면 매트리스 계열사 지누스는 부진했다. 3분기 순매출은 2252억원으로 6.8% 감소했고, 영업손실 125억원을 기록했다. 주력 시장인 미국의 소비 위축으로 주요 고객사의 매트리스 주문이 줄어든 영향이다. 다만 고객사 주문량이 점차 회복되고 비용 구조 개선 효과가 나타나면서 적자 폭은 전 분기보다 줄었다.

한편 현대백화점은 이날 기존에 취득한 자기주식 23만2460주를 소각한다고도 공시했다. 소각 예정 금액은 약 210억원으로, 주주가치 제고를 위한 조치다.

/김서현 기자