케이스위스, '프로듀스 101 콘서트 초대 이벤트' 진행
케이스위스가 25일까지 전국 매장에서 '프로듀스 101 콘서트 초대 이벤트'를 연다. 10만원 이상 구매고객을 대상으로 추첨을 통해 총 200명(1인 1매)에 콘서트 입장권을 증정한다. '프로듀스101 시즌2 피날레 콘서트'는 7월1~2일 서울 송파구 올림픽공원 내 올림픽홀에서 열린다.

MCM 하도급 갑질 논란, 매출하락, 적십자사 총재직 사퇴…

김성주 성주그룹 회장 '울고 싶어라'

하도급업체 4곳 "불공정행위로 도산" 공정위에 신고…'적폐척결 기업' 우려
실적부진 속에 "사실과 다르다" 주장

이슈

설상가상(雪上加霜).

'눈 위에 또 서리가 내린다'는 뜻의 사자성어로 엎친 데 덮친 격일 때 쓰인다. MCM브랜드를 운영하는 성주그룹 김성주(60) 회장의 작금 현실이다.

최근 하도급업체 갑질 논란과 실적 부진 등 브랜드 이미지에 먹구름이 낀 가운데, 대한적십자사 총재직에서 사퇴하는 등 잇단 악재의 연속이다. 더 큰 문제는 문재인 정부가 고강도 '재벌 개혁' 의지를 드러낸 가운데, 김상조 신임 공정거래위원회(이하 공정위) 위원장 취임 시기와 맞물려 '적폐척결 기업'의 빌미를 제공한 것에 대한 우려에 있다.

김성주 성주그룹 회장의 작금 현실이 '설상가상'으로 대변되고 있다. 하도급업체 갑질 논란과 실적 부진 등 브랜드 이미지에 먹구름이 낀 가운데, 대한적십자사 총재직에서 사퇴하는 등 잇단 악재의 연속이다. 게다가 김상조 신임 공정거래위원회 위원장 취임 시기와 맞물려 '적폐척결 기업'의 빌미를 제공한 것에 대한 우려도 크다. 뉴시스

● '갑질 논란' 속, 공은 '김상조호' 공정위로

문제는 성주그룹 산하 성주디앤디가 하도급업체 4곳의 연쇄 도산으로 '불공정행위' 의혹을 받고 있는 것에서 비롯됐다. 신한인비테이션·에스제이와이코리아·맨콜렉션·원진콜렉션 등 하도급업체 4개사가 성주디앤디가 부당한 단가를 적용하고 비용을 하도급에 떠넘기는 부당반품을 하는 불공정행위를 저질렀고, 이로 인해 연쇄 부도를 맞았다며 공정위에 신고한 것.

하도급업체들은 성주디앤디의 '정액제'를 문제 삼고 있다. 협력업체에게 대금을 지급할 때 원청업체가 공임·판매가격 변화와 관계없이 제품 유형과 등급별로 같은 금액을 제공하는 방식으로, 2009년 전체적으로 단가를 소폭 인상한 것 외에는 가격 조정이 없었다는 게 이들의 주장이다.

즉 장기간 기술 인건비에 해당되는 공임 마진 인상없이 하도급업체에 부담을 전가했다는 입장이다.

이에 성주디앤디 측은 억울함을 표했다. 회사 측은 "100여개에 이르는 협력회사 중 일부(4개) 회사가 당사의 하도급 공정화에 관한 법률 위반을 주장하며 공정위에 신고를 했고, 사실과 다르거나 상당히 과장된 내용을 제보하고 있다"며 "일방적 주장에 의해 성주그룹이 갑질을 일삼는 기업으로 오해와 오명을 쓰고 있다. 직원과 타 협력사들이 함께 피해를 입지 않도록 선처해 달라"고 했다.

공이 공정위로 넘어간 상황에서, 마침 김상조 신임 공정위원장 취임 시기와 맞물린 것도 악재다. 김 위원장이 기업집단의 불공정행위 처벌에 대해 강한 의지를 드러낸 바 있어 더욱 그렇다.

MCM '기업집단국' 신설을 통해 공정위의 조사권한을 확대하는 방안을 추진 중인 것이 그 예. 성주그룹이 '적폐척결 기업'의 빌미를 제공한 것 아니냐는 우려가 나오는 것도 이 때문이다.

이에 성주그룹 측은 "법 위반 행위를 통해 이익을 얻을 의사가 없으며, 잘못한 점이 확인될 경우 책임을 회피할 의사 또한 전혀 없다"며 "이미 공정위에 신고돼 있는 상황이고, 공정위의 조사 과정에 성실히 임함은 물론 공정위에서 적법한 절차에 따라 공정한 조사와 판단이 내려질 것으로 기대한다"고 했다.

● 기업 이미지 하락도 문제

상황은 여기서 그치지 않는다. MCM 브랜드 자체의 몰락도 가시적이다. MCM은 성주그룹이 지난 2005년 인수한 독일 브랜드. 인수 당시 614억원이던 매출액이 2007년 1219억원, 2012년 3700억원, 2013년 4500억원, 2014년 5899억원으로 꾸준히 증가했다. 하지만 2015년부터 시장 경쟁력 약화와 해외사업 적자 등으로 부진한 실적을 보이더니, 매출 하락세를 회복하지 못하는 모습이다. 지난해 매출액 5791억원에 그친 것이 단적인 예. 여기에 이번 '갑질 논란'까지 더해지며 기업 이미지 하락이 불가피할 전망이다.

더불어 김 회장은 최근 대한적십자사 총재직에서도 물러났다. 원래 임기는 10월7일까지이나, 3개월 여 남겨둔 6월30일 이임하기로 했다. 사임 이유를 정확히 밝히지는 않았지만 최근 불거진 MCM 갑질논란이 부담으로 작용했을 것이라는 관측이 지배적이다. '눈 위에 또 서리가 내린다'는 설상가상의 뜻이 '갑질 논란 위에 김상조호'라고 패러디되는 가운데, 대한적십자사 총재직을 놓은 김 회장의 여름나기에 관심이 모이고 있다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

경제현장.jpg "수요일엔 수산물 저렴하게 드세요"

이마트가 매주 수요일을 수산물 먹는 날로 지정해 할인행사를 연다. 해양수산부에서 시행하는 캠페인 '어식백세' 일환으로, 21일 호텔식 냉장 훈제연어(팩·180g)를 40% 할인한 5980원에, 오징어 품은 명란을 30% 할인한 6860원에 판매한다. 모델들이 19일 이마트 성수점에서 '수요일은 수산물 먹는 날' 행사를 소개하고 있다. 정정욱 기자·사진제공 | 이마트

스타벅스 재취업 주부 바리스타 100명 돌파

리턴맘 재고용 프로그램 연 20명 채용
우수여성인력 경력단절 방지효과 높아

스타벅스 100번째 리턴맘 바리스타가 된 김정미 리턴맘 부점장. 사진제공 | 스타벅스

스타벅스커피 코리아에 100번째 리턴맘 바리스타가 탄생했다. 리턴맘 바리스타는 기존 스타벅스 점장 및 부점장 직급으로 근무하다가 다시 재취업한 주부 바리스타들이다. 6월에 8명의 리턴맘 바리스타를 채용하며, 현재 근무 중인 리턴맘 바리스타들이 100명을 돌파했다고 밝혔다.

스타벅스는 현재 전국 1040여개 매장에서 약 1만1000명이 모두 정규직으로 근무하고 있으며, 전체 관리자 중 여성 관리자의 비율은 80%다. 또한 전직 우수 여성 인력들의 경력 단절을 방지하고, 이들의 역량을 지속적으로 개발할 수 있는 채용 제도를 운영 중에 있다.

특히 지난 2013년 9월 여성가족부와 함께 '리턴맘 재고용 프로그램 협약을 맺고 출산이나 육아 등의 이유로 퇴사했던 스타벅스 전직 점장 및 부점장 출신 여성 관리자를 대상으로 재취업의 기회를 제공하고 육아와 일을 병행할 수 있도록 하는 프로그램을 발족시켰다.

이후 연평균 20명 내외의 채용이 꾸준히 지속되어 오다가 올 상반기 17명 채용으로 현재 전체 리턴맘 바리스타가 100명을 넘어서게 됐다.

리턴맘 바리스타 1기로 지난 2013년 10월에 재입사한 김포장기점 김정미 부점장은 "스타벅스의 리턴맘 프로그램 같은 좋은 제도들이 많이 생겨서 저와 같은 워킹맘들이 전문성을 잃지 않고 일과 가정 모두 돌볼 수 있는 기회가 많아졌으면 좋겠다"고 밝혔다.

스타벅스는 임신 및 출산 시 축하 선물 지급, 영유아 자녀 양육 파트너에 대한 탄력적 근로시간제 등 여성 친화적이고 일과 가정의 양립을 위한 다양한 제도를 지속적으로 시행해 나가고 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com

육상 계류장을 포함 300척의 요트와 보트를 계류할 수 있는 국내 최대 마리나 단지 '왕산 마리나'. 사진제공 | 대한항공

요트 300척 정박 '왕산 마리나' 전면 개장

국내 최대 민간단지 해양레저 명소

국내 최대 민간 마리나 단지 '왕산 마리나'가 전면 개장하고 본격적인 영업에 들어갔다.

'마리나'(Marina)는 해양관광산업의 핵심 기반시설로, 스포츠 또는 레크리에이션용 요트, 모터보트 등의 선박을 계류시키거나 보관하는 공간이다. 해양레저 자체는 물론 요트·보트의 제조, 정비, 교육 등 관련산업 육성을 통해 해양레저문화를 활성화시키는 데 필수적인 기반 시설로 해양레저 선진국은 마리나를 중심으로 관련 산업을 적극 육성하고 있다

왕산 마리나는 대한항공과 인천시가 인천시 중구 을왕동 왕산해수욕장 인근에 266선석의 해상 계류장과 34선석의 육상 계류장 등 총 요트 300척을 정박할 수 있도록 조성한 국내 최대 민간 마리나 단지다. 2016년 11월 부분 개장해 운영해왔으나, 최근 인천시의 마리나 시설 소유권 이전 심의가 완료됨에 따라 이번에 전면 개장을 하게 됐다.

기존 마리나 시설에 비해 입지 조건 및 바다 접근성이 뛰어나 교통체증 없이 접근할 수 있고 365일 입·출항이 가능해 수도권에서 요트 및 보트를 즐기는 해양레저인들에게 편리하다.

또한 35피트부터 슈퍼 요트 크기인 165피트까지의 선박을 계선 및 접안시킬 수 있는 다양한 크기의 선석이 있으며, 향후 수요 증가를 감안해 육상 요트 보관소(Dry Stack) 추가 건설을 마련할 예정이다.

특히 대한항공은 앞으로 2000여억원을 추가로 투자해 숙박, 판매시설, 요트수리시설, 클럽하우스 등 각종 편의시설을 갖춘 국제적 수준의 해양레저 명소로 발전시킨다는 계획이다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

걷기여행축제 1인당 평균 지출액 5만9837원

설문결과 "재방문 의향 있다" 87%

걷기여행이 지역경제 활성화에 도움이 된다는 조사결과가 나왔다.

문화체육관광부와 한국관광공사가 5월 전국 13개 지역에서 개최한 '2017 봄 우리나라 걷기여행축제' 관련 결과를 분석한 결과, 걷기여행 경험에 대한 물음에 응답자의 35.5%가 축제 참여가 '첫 걷기여행 경험'이라고 답해 행사가 걷기여행의 저변을 확대하는 데 크게 기여했음을 보여줬다.

응답자 1인당 여행 소비지출액은 평균 5만9837원으로 나타났다. 특히 지역 거주자가 1인당 평균 3만907원을 지출한 반면, 타 지역에서 온 참가자들이 약 2.6배 더 많은 1인당 평균 8만1711원을 지출했다. 이는 '여행경험자 1회 평균 여행지출액'(2015년 국민여행 실태조사) 6만731원보다 35% 많아 향후 걷기여행이 지역경제 활성화에 미치는 효과가 클 것으로 평가됐다.

또한 응답자의 87.1%는 향후 '걷기여행축제 재방문 의향'이 있고, 88.7%는 '주변에 추천 의향'이 있다고 답했다. 아울러 향후 관심 있는 여행 형태로 가장 많은 응답자들이 '걷기여행'을 꼽았고(66.0%), 응답자들의 78.5%는 '향후 걷기 중심의 여행을 할 의향'이 있다고 답했다. 삼성경제연구소가 '2009년 10대 히트상품'으로 '도보체험관광'을 선정한 이래 계속된 걷기여행 열풍이 앞으로도 당분간 확대, 지속될 것으로 예상되며, 걷기여행을 통한 지역경제 활성화에 대한 전망은 더욱 밝아 보인다.

한편, 만족도에서는 코스, 프로그램, 흥미성에 대해서는 응답자의 90% 이상이 만족한다고 답한 반면, 먹거리, 살거리에 대해서는 응답자의 70% 미만이 만족한다는 반응을 보여, 앞으로 걷기여행사업 추진 시 먹거리, 살거리에 대한 고려가 필요한 것으로 나타났다.

황명선 문체부 관광정책실장은 "올해 처음으로 전국적으로 개최한 '우리나라 걷기여행축제'는 느리게 걷기와 지역관광을 접목한 새로운 여행 형태를 제시해 걷기여행의 지평을 넓혔다는 데 의의가 있다"며 "가을 걷기여행축제에서는 봄 걷기여행축제에서 부족한 것으로 나타난 먹거리, 살거리 등에 대한 부분을 보완해 더욱 풍성한 걷기여행이 되도록 지원하겠다"고 말했다.

김재범 기자

"가뭄극복 절수운동 함께 해요"

욕실자재조합, 초절수양변기 무료설치

한국욕실자재산업협동조합(이사장 송공석)이 심각한 가뭄 사태를 극복하기 위해 전국민 절수운동을 전개한다.

우리나라 수돗물 총 생산량 58억톤 중 잘못된 습관과 설비 때문에 낭비되고 있는 물의 양은 약 20% 정도인 11억6000만톤으로 추정된다. 조합은 낭비되고 있는 요소를 없앤다면 매년 약 1조원 정도의 경제적 효과뿐만 아니라 가뭄극복, 소비자 습관개선 등 금전적으로 계산할 수 없는 효과가 있을 것으로 보고 있다. 이에 조합원사를 중심으로 적극적인 절수설비설치사업(수도법 제15조 2〈물절약 전문업의 등록〉에 의한) 와스코사업을 후원 및 지원하기로 했다.

와스코사업은 절수설비를 무료로 설치해주고 장기간에 걸쳐 절약된 수돗물 값으로 경비를 회수하는 방식으로 진행된다. 사용자는 비용부담이 전혀 없다. 비용 회수기간(단기 1년~장기 3년 정도)이 경과 한 후 사용자는 향후 사용가능기간 설치 후 10~20년간 지속적으로 물값이 절약되는 사업이다.

초절수양변기

변기에는 한국욕실자재산업협동조합이 인증하는 물 사용량이 표기되어 있어 절수설비 확인이 가능하다. 이번 와스코사업에 적극적으로 참여한 업체는 와토스코리아㈜, ㈜월드바스, ㈜두성, ㈜WA-S&B 등이다.

양형모 기자 ranbi@donga.com

하이트진로, '머드하우스' 와인 4종 출시

하이트진로에서 뉴질랜드 와인계에서 인기를 얻고 있는 '머드하우스' 화이트와인 3종, 레드와인 1종 등 총 4종(사진)을 출시한다. 머드하우스는 오세아니아를 기반으로 미국, 남미, 유럽 등 전세계에 와이너리를 소유한 세계 5대 와인기업 아코레이드 와인사의 제품이다. 최근 전략적 브랜드로 리뉴얼되면서 뉴질랜드 와인계의 샛별로 떠오르고 있다. 현대 프리미엄 아울렛 송도점, 현대백화점 목동점, 롯데백화점 등에서 판매되며, 가격은 5만원대부터 7만원대까지다. 하이트진로 유태영 상무는 "고품질의 신대륙 와인을 합리적 가격에 소비하는 분들께 추천드린다"고 말했다.

원성열 기자

뉴스디자인 | 신하늬 기자