'주방가전' 변신 나선 락앤락 "본사 매각해 실탄 쌓겠다"

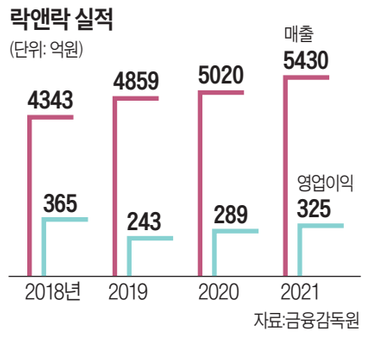
밀폐용기 제조업체로 널리 알려진 락앤락이 주방용 소형가전 업체로의 변신에 속도를 내고 있다. 구조 개편에 필요한 대규모 자금 확보를 위해 충남 아산 본점(본사)을 포함한 국내 부동산을 매각하고 중국 등 해외법인 청산에 들어갔다. 마련한 현금성 자산은 스팀에어프라이어 등 주방용 소형가전 신제품 개발과 온라인 판매 채널 강화에 투자할 전망이다.

28일 금융감독원 전자공시시스템에 따르면 락앤락은 오는 31일 주주총회를 열고 본사를 충남 아산에서 경기 안성으로 이전하는 방안을 다룬 정관변경을 논의한다. 정관상 본점 소재지를 충남 아산 공장에서 경기 안성 공장으로 옮긴다는 것이다. 아산 본사에는 홍보·마케팅 등 일부 직군을 제외한 생산 및 배송 인력이 활동해왔다.

락앤락은 지난달 대지면적 7만7423㎡(약 2만3420평) 규모 충남 아산 공장과 물류센터를 매각했다. 충남 아산 공장은 락앤락이 2005년 12월 법인을 설립한 곳이다. 회사의 제1공장으로서 주요 제품 생산 및 배송 등을 담당했다. 작년 8월엔 충남 아산 선장리에 있는 대지면적 1만9835㎡(약 6000평) 규모 창고도 매각했다. 구체적인 매각액 등은 비공개다. 제품 생산 및 배송 기능은 제2공장인 경기 안성 공장으로 집중시켰다.

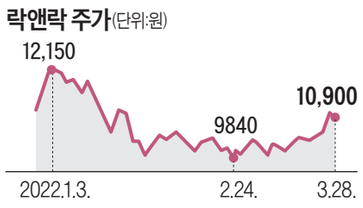
해외 법인도 정리 중이다. 지난달 중국 제품 생산을 담당하는 위해락앤락유한공사 매각을 결정했다. 작년 11월에는 베트남법인 락앤락 비나(VINA)도 매각하기로 했다. 증권가에선 락앤락이 국내 부동산과 해외 법인 매각 등을 통해 확보하는 자금 규모가 총 1000억원을 넘길 것으로 보고 있다. 락앤락 관계자는 "생산과 물류, 포장 기능을 통합해 효율성을 높이고자 한다"고 설명했다.

락앤락 실적
(단위: 억원)



자료:금융감독원

락앤락 주가(단위:원)



사업 개편 위한 자금 확보
국내 부동산·해외법인 청산

주방가전 중심 신제품 개발
자체 사이트·플랫폼 입점 등
온라인 판로 확충에도 나서

락앤락은 자산 매각으로 마련한 재원을 주방용 소형가전 신제품 개발 및 온라인 마케팅 강화 등에 투자할 계획이다. 작년 매출 5430억원에 영업이익 325억원을 기록했는데 특히 주방용 소형 가전제품 매출 증가세가 두드러졌다. 지난해 이 부분 매출은 897억원(전체 매출 중 17%)으로 2019년(389억원·매출의 8%) 대비 두 배 이상 증가했다. 2020년 소형가전 전문 브랜드 제이퍼룸(현 락커룸 코퍼레이션)을 인수하며 주방용 소형가전 사업을 강화한 효과를 본 것이다.

소형가전제품 분야에서 칼·도마 살균기, 진공쌀통, 주방용 공기청정기 등을 출시해 잇따라 성공시켰다. 락앤락은 제2, 제3의 히트상품을 개발하기 위한 투자를 강화한다. 락앤락 관계자는 "주방용 소형 가전제품을 중심으로 매출 증가 폭을 높일 계획"이라고 했다.

온라인에도 집중한다. 락앤락의 온라인을 통한 매출 비중은 2019년 1234억원(25%)에서 작년 1851억원(34%)으로 증가했다. 2020년엔 미디어 커머스 방식으로 제품의 상세 정보와 활용법 등을 소비자와 공유하는 자체 웹사이트를 개설했다. 네이버 스마트스토어와 카카오커머스, 오늘의집 등 신규 온라인 플랫폼도 적극 발굴했다. 실제로 한 온라인 판매행사에서는 락앤락의 주방용품 800세트가 48시간 만에 매진되기도 했다. 김진원 기자

위기의 창호업계 "통유리벽 공사, 할수록 손해"

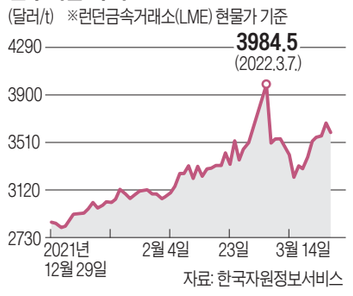
산업리포트

러시아의 우크라이나 침공 불똥이 창호·커튼월(통유리벽) 시공을 하는 전문 건설업체에까지 튀었다. 창호·커튼월 프레임 등의 원자재로 쓰이는 알루미늄 시세가 급등하면서 "건물 공사를 진행할수록 적자만 본다"는 위기의식이 업계에 퍼지는 것이다. 코로나19 장기화에 따른 공급망 붕괴에 우크라이나 사태까지 겹치면서 충격파가 산업 각 분야로 확산하는 모양새다.

28일 관련 업계에 따르면 국내 커튼월 및 창호 전문 시공업체들로 이뤄진 한국창호커튼월협회는 최근 국토교통부와 중소벤처기업부 장관에게 대책 마련을 촉구하는 호소문을 발표했다. 이들은 "주 52시간제와 중대재해처벌법에 이어 원부자재 가격 상승으로 중소기업 사업자의 경영 부담이 견디기 어려운 지경"이라며 "건설산업 정상화를 위해 원부자재 가격 인상분을 커튼월 시공가에 반영할 수 있도록 해달라"고 요청했다.

커튼월 시공 업체들이 다급한 목소리를 낸 데에는 주요 소재인 알루미늄 가격이 급등한 영향이 컸다. 알루미늄 가격은 지난해부터 글로벌 공급망 불안 여파로 꾸준히 상승하다가 우크라이나 전쟁 발발로 이달 들어 훌쩍 뛰었다. 러시아는 중국, 인도에 이은 세계 3위 알루미늄 생산국이다. 한국자원정보서비스에 따르면 글로벌 시장에서 알루미늄 가격은 작년 3월 t당 2154달러에서 이달 3984달러(7일 기준)까지 치솟았다.

알루미늄 가격
(달러/t) ※런던금속거래소(LME) 현물가 기준



자료: 한국자원정보서비스

우크라發 알루미늄값 급등에
시공사 "자재손실 감안해달라"
건설사와 갈등으로까지 번져

창호커튼월협회의 한 회원사 관계자는 "1년 전과 비교해 알루미늄 압출업체가 공급하는 단가가 두 배가량 올랐다"며 "커튼월 시공은 건설사와 계약을 맺은 후 3~6개월이 지난 뒤 이뤄지기 때문에 그간 알루미늄 자재 가격이 급등하면 손실이 발생할 수밖에 없다"고 설명했다.

창호·커튼월 전문업체들은 2010년대 이후 커튼월 공법을 적용한 주상복합건물 등이 늘면서 높은 성장세를 보였다. 커튼월은 건물 외벽을 마치 커튼 치듯이 철골 외벽 사이에 유리를 끼워 넣는 방식으로 시공된다. 기존 콘크리트, 벽돌 등보다 경제적이고 고급스러운 디자인으로 건물을 지을 수 있어 최근 들어 일반 상가까지 확산하는 추세다.

현대알루미늄, 일진유니스코, 알루이엔씨 등이 알루미늄커튼월 시장을 이끌고 있다. 이들 업체 매출은 800억~1300억원(2020년 기준)에 이른다. 하지만 최근 알루미늄은 물론 금속의 변색과 부식을 막도록 도장하는 데 쓰이는 도료, 금속과 유리의 이음새를 처리하는 실리콘 실링재 등 가격이 모두 뛰면서 최근 시장이 다시 위축되고 있다는 평가다.

수도권 건설 현장에 커튼월·창호 등을 공급하는 한 전문 건설업체는 "10여 개 공사 현장이 있는데 원가 폭등으로 공사를 할수록 손해가 생겨 작년부터 누적 손실이 100억원을 넘는다"며 "정부가 특단의 대책을 마련해야 한다"고 주장했다.

원자재가 상승은 커튼월 시공업체의 원청사인 건설사와의 갈등으로 번지고 있다. 최근 일부 커튼월 시공업체들은 건설사에 "원자재 인상분을 인정해 달라"는 공문을 보냈다. 이에 대해 대형 건설사 관계자는 "건설사도 특정 금액에 발주처와 계약을 맺어 커튼월 업체의 요구를 들어주기 어려운 형편"이라고 말했다. 김동현 기자

소프트자이온 "中企 마케팅 비용 확 줄였죠"

으뜸중기

서울 문래동의 소프트자이온(대표 이준호·사진)은 고객관계관리(CRM) 소프트웨어 전문 업체다. 투자 여력이 비교적 부족한 중소기업들도 효율적으로 영업·마케팅 활동을 할 수 있도록 CRM 소프트웨어의 가격 장벽을 확 낮췄다는 평가다.

소프트자이온의 '셀비스 CRM'은 고객·상담 관리, 영업 관리, 통계분석 등을 제공하는 CRM 소프트웨어다. 클라우드 기반 소프트웨어로 사무실 PC뿐만 아니라 노트북, 스마트폰 등 모바일 기기로도 접속할 수 있다. 소프트자이온은 표준형 소프트웨어인 '셀비스 CRM'를 비롯해 상담 및 일정 관리 중심의 '셀비스 마인드', 헬스·뷰티케어 시장에 특화된 '셀비스 케어' 등 업종 맞춤형 서비스를 제공하고 있다.

셀비스 CRM의 1인당 월 사용료는 2만원 수준이다. 사용자가 10명일 경우 1인당 사용료는 1만2000원, 50명일 경우 8000원까지 내려간다. 소프트자이온 관계자는 "CRM 소프트웨어의 문턱을 낮춰 중소기업도 저비용으로 업무 효율을 높일 수 있도록 했다"고 밝혔다.

'셀비스 CRM'
영업 위한 고객관리 SW
月 2만원 … 가격장벽 낮춰
저비용·고효율 서비스 제공

소프트자이온의 CRM 서비스 브랜드 '셀비스 ssCRM'은 기존 셀비스 CRM보다 한 단계 진화한 제품이다. 이 회사의 자체 특허인 '효과적인 마케팅을 도출하는 자동학습 시스템' 기술을 적용해 고객 정보 수집부터 분석 및 활용, 마케팅, 기획 등 고객 관리 전 단계에 활용할 수 있다. VIP 등 특정 고객부터 수십만 명에 이르는 대량 고객까지 타깃 마케팅이 가능한 것도 장점이다.

2014년 베타버전 서비스를 시작한 셀비스 CRM은 지난해 기준 200개 이상의 기업에서 680만여 명의 고객을 확보했다. 전체 사용 기업의 약 60%는 중소기업이다. 업종별로는 금융기관 40.7%, 기타(건설, 보안, 렌털) 25.9%, 컨설팅·교육 21% 등 순으로 사용 비중이 높다.

소프트자이온은 이달 베트남 현지 기업과 CRM 소프트웨어 공급 관련 양해각서를 맺었다. 소프트자이온 관계자는 "이번 양해각서 체결을 계기로 베트남과 중국 등 해외 시장으로 솔루션 및 서비스 판매를 확대할 방침"이라고 말했다. 민경진 기자

대우건설, 베트남 물류 뛰어든다

IMM글로벌과 4억弗 펀드 조성
중흥 인수 후 첫 신사업 투자

대우건설이 투자회사인 IMM인베스트먼트 글로벌과 4억달러 규모의 코퍼레이션파트너십펀드(코파펀드)를 조성해 베트남 물류사업에 나선다. 중흥그룹에 인수된 이후 첫 신규 사업투자 움직임이어서 주목된다.

대우건설은 지난 25일 IMM인베스트먼트 글로벌과 함께 코퍼레이션파트너십펀드(코파펀드)를 조성했다고 28일 밝혔다. 코파펀드는 국내 기업의 해외 기업 인수합병(M&A) 또는 투자 등을 지원하기 위해 연기금 등 재무적 투자자(FI)가 참여해 협업하는 펀드다.

대우건설과 IMM인베스트먼트 글로벌은 2억달러씩 총 4억달러 규모의 투자 자금을 조성할 예정이다. 해당 자금을 통해 베트남 등 해외 물류(콜드체인), ESG(환경·사회·지배구조), 인프라 관련 유망 기업이나 우량 자산 등에 공동 투자해 신사업을 개척할 계획이다. 우선 대우건설은 베트남 내 물류(콜드체인) 사업을 신사업 중점 투자 분야로 선정했다. 베트남 현지 부지 개발, 시공 및 운영 등 관련 산업을 위한 전체 밸류체인 역량을 확보해 신규 사업 분야로 적극 확장해 나갈 예정이다. 대우건설 관계자는 "M&A 종결로 불확실성이 제거되면서 중흥그룹과의 시너지를 바탕으로 코파펀드 등 전략적 투자를 강화할 것"이라고 설명했다.

앞서 대우건설은 1991년 베트남 하노이 지사를 설립해 베트남 건설시장에서 30여 년간 약 30억달러 규모의 프로젝트를 수행했다. 현재 하노이 구도심 북서쪽 서호 지역에 여의도 3분의 2 크기인 210만4281㎡의 신도시를 조성하는 '스타레이크시티' 사업을 추진 중이다. 안상미 기자

"OTT 두 개 무료 제공" LGU+ 가입 10배 증가

LG유플러스는 온라인 전용 요금제인 '다이렉트'의 하루평균 가입자가 최근 10배가량 증가했다고 28일 밝혔다. 고객 의견을 토대로 혜택을 강화한 결과다. LG유플러스는 지난달부터 다이렉트 가입자에게 넷플릭스 베이직과 유튜브 프리미엄 등 두 개의 온라인동영상서비스(OTT)를 제공하거나 최신 갤럭시 기기 등을 무료로 제공하는 프로모션을 시작했다.

프로모션 결과 다이렉트 요금제 가입자가 빠르게 늘었다. LG유플러스가 프로모션 시행 전(1월 4일~2월 10일)과 프로모션 후(2월 11일~3월 18일) 다이렉트 가입자를 비교한 결과 하루평균 가입자가 약 10배 늘었다. 가입자 10명 중 7명은 20·30세대로 나타났다.

해당 프로모션은 앞서 LG유플러스가 온라인 요금제 주 고객층인 20·30세대를 대상으로 한 자체 조사를 기반으로 기획됐다. 회사 관계자는 "복수의 OTT 서비스를 이용하고 싶은데 비용 부담이 크다는 고객 의견을 반영했다"고 말했다. 배성수 기자