

매대에서 사라지는 日... 유통업계 '새 판 짜기' 분주

경제전쟁 전면전

편의점·대형마트, 日 맥주 발주 중단
국산맥주 소비촉진으로 반사이익 기대
유니클로 하락세 지속... 여전히 싸늘

일본이 한국을 수출 관리 우대 대상국인 백색국가(화이트리스트)에서 제외하기로 결정하면서 유통업계가 분주히 움직이고 있다. 일본산 불매운동이 전방위로 확산되면서 국산 제품으로 매장 진열대를 채우는 등 새 판을 짜는 것이다. 가장 큰 움직임을 보이는 곳은 편의점과 대형마트로 일본 맥주 발주를 중단하고 국산 맥주 소비 촉진에 나서고 있다.

◆국산 맥주 반사이익 기대

일본 정부가 한국을 화이트리스트에서 제외하면서 국내 유통업계의 '불매 마케팅'은 더욱 거세지고 있다. 편의점 4사(CU·GS25·세븐일레븐·이마트24)는 수입 맥주 할인 대상 품목에서 일본 맥주를 제외했으며, CU와 롯데마트는 일부 일본 맥주 발주를 중단했다. 이에 국내 맥주업체가 반사이익을 볼 것으로 기대하고 있다. 지난달 이마트 국산 맥주 매출은 전



일본 제품 불매운동이 거세지고 장기화하고 있는 가운데 4일 서울 도봉구 농협하나로마트 창동점의 주류 코너에 일본 제품을 판매하지 않는다는 안내문이 붙어 있다. /연합뉴스

월보다 13.7% 증가했다. 7월 CU와 세븐일레븐 국산 맥주 판매량도 전월보다 각각 7.2%, 4.3% 신장했다. 편의점의 '1만원에 4캔' 프로모션에서 판매량 상위권을 유지하던 아사히맥주는 재고만 쌓이는 골칫거리로 전락했다. BGF리테일이 운영하는 편의점 CU에 따르면 지난달 일본 맥주 매출은 전월보다 51% 감소했다. 같은 기간 여름 성수기철을 맞은 전체 맥주 판매가 1.9% 증가했다. 중국 맥주인 칭따오는 6.9%, 네덜란드 하이네켄은 10.4% 매출이 각각 증가했다. 국산 맥주 판매도 7.

2% 늘었다. 일본 맥주만 역풍을 맞았다. 지난달 말부터는 편의점 업계의 수입맥주 할인 행사에서 일본 주류가 대부분 제외되면서 판매 감소는 더욱 심각해 질 것으로 보인다. 대형마트에서는 일본 맥주의 신규 발주를 중단하고 있다. 판매 중지는 아니지만, 기존 제품 재고가 많이 남았기 때문이다. 업계 안팎에서는 일본제품 불매운동으로 국산 주류업체가 반사이익을 어느 정도 볼 것인가에 대한 관심이 높다. 특히 최근 신제품을 내놓은 하이트진로를

주목하고 있다. 최근 술자리에서 '테슬라(테라+참이슬)'를 외치는 애주가들이 많아졌다. 하이트진로의 맥주 '테라'와 소주 '참이슬', 혹은 '진로이즈백'을 찾는 이들이 늘어났다는 것이다. 오비맥주도 이달 말까지 카스 맥주와 발포주 '필굿(FILGOOD)'을 특별할인 판매한다. 오비맥주는 또 무역분쟁 등으로 인해 국산제품에 대한 관심이 고조되는 시점에 이번 특별할인 행사가 국산맥주에 대한 소비촉진도 유도할 수 있을 것으로 기대하고 있다. ◆주춤한 유니클로, 할인에도 여론 '싸늘' FRL코리아가 운영 중인 유니클로는 대표적인 불매 브랜드로 떠오른 뒤, 매출 하락세를 면치 못하고 있다. 유니클로는 매출을 공개하지 않고 있지만, 불매 운동 이후 약 40% 가량 감소한 것으로 추정된다.패션업계의 연간 매출 상당수가 가을·겨울 시즌에 나오는 것을 고려할 때, 유니클로의 매출 하락세는 가속화될 전망이다. 소비자들이 대체재로 눈을 돌리면서 국산 브랜드의 약진마저 두드러진다. 유니클로의 여름 스테디셀러인 '에어리즘'이 주춤하면서 스파오의 '쿨테크', 탑텐의 '쿨에어', BYC의 '보디드라이'

등이 주목 받고 있다. 반면, '에어리즘'은 지난 30일부터 가격 인하에 들어갔으나 여론은 여전히 싸늘한 분위기다. 이러한 흐름에 따라 유니클로의 가을·겨울 대표 제품인 히트텍, 후리스, 경량패딩 매출도 하락폭을 면치 못할 것으로 업계는 보고 있다. 계절 특성상 옷의 단가가 높아지는 만큼 매출 타격은 더욱 가팔라질 것으로 전망된다. 일본 불매 운동이 확대되고 있지만 유니클로는 뚜렷한 대응책을 내놓지 못하고 있다. 유니클로 측은 "매출 부진 때문이 아니다"라고 해명했지만, 종로점 등 일부 지점이 최근 차례로 문을 닫으면서 유니클로의 위기에 힘을 싣는 모양새다. 실제로 유니클로 서울 종로 매장은 철수를 결정했다. 유니클로 측은 "임대 계약 기간이 끝난 것"이라고 설명했다. 하지만 이전 계획은 없는 것으로 알려져 사실상 철수라는 시각이 우세하다. 불매 운동이 장기화될 경우, 매출 1조원이 무너질 가능성도 있다. 지난해 유니클로가 한국에서 벌어들인 매출은 1조3000억 원으로, 국내 제조유통일괄형(SPA) 브랜드들의 매출을 합친 것보다 높다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

“오후 8시까지 주문해도 당일 배송” 배송전쟁 뛰어들 롯데마트... 야간배송 시작

서부 수도권 전담... 점차 확대 운영

롯데마트가 오후 8시까지 주문해도 당일 배송을 받을 수 있는 '야간 배송 서비스'를 새롭게 도입해 유통업계에서 이슈가 되고 있는 배송 전쟁에 뛰어 들었다. '야간 배송 서비스'는 밤 늦게 직접 상품 수령을 원하는 소비자가 늘고 있다는 점에 착안해 도입한 서비스로, 콜드체인 시스템을 갖춘 롯데마트물 배송차량을 이용하게 된다. 대면 배송이기 때문에 부자재 사용을 최소화 할 수 있고, 신선도 유지에 유리한 것이 특징이다. 롯데마트는 기존 16시에 마감되던 당일 배송서비스를 지난 6월, 18시30분까지 확대해 당일 배송을 원하는 고객의 수요에 적극 대응한 바 있다. 이번에도 도입한 야간 배송서비스를 통해 당일 배



송 서비스 마감시간을 20시로, 당일 배송시간은 자정까지 확대했다. 이로써 늦은 시간대에 활동하는 고객들에게 신선식품을 포함한 총 2만 여개의 다양한 상품을 당일 배송할 수 있게 됐다. 롯데마트는 이번 야간 배송 서비스를 통해 하루 약 700여건의 주문량이 증가할 것으로 예상하고 있으며, 이를 통해 온라인 사업 확장에도 더욱 활기를 띠

것으로 기대하고 있다. '야간 배송 서비스'는 현재 서부 수도권의 온라인 주문을 전담해 처리하고 있는 '롯데마트물 김포센터'를 시작으로 점차 확대 운영할 예정이다. 롯데마트 최진욱 김포센터장은 "야간 배송은 당일배송을 확대, 강화하는 개념으로 고객의 편의성 증대는 물론 포장재까지 줄일 수 있는 친환경 서비스"라며, "앞으로도 소비자가 원하는 서비스와 트렌드에 맞춰 차별화된 서비스를 제공하기 위해 노력할 것"이라고 말했다. '롯데마트물 김포센터'는 경기도 김포에 지난 2016년 문을 연 온라인 전용 물류센터로, 자동화율90% 수준인 최첨단 센터이다. 반경 20km내 김포공항점 등 기존 서부 수도권 17개점의 온라인 주문을 전담 처리하고 있다. /신원선 기자



현대백 "열대야 속 숙면 취하세요~" 현대백화점은 오는 29일까지 전국 15개 점포에서 침구 할인 행사인 '쿨베딩 페스티벌'을 연다. 4일 밝혔다. 이번 행사에는 바세티·알레르망·설베딩 등 20여 개의 브랜드가 참여해 최초 판매가 대비 50~70% 할인 판매한다. 대표 상품은 바세티 '엘바노 인견 홀이불(6만9000원)', 알레르망 '블레스 여름구스차림(41만9000원)', 설베딩 '충무인견 패드(9만8000원)' 등이다. /현대백화점

이마트, 대대적 여름 행사... 최대 70% 할인

이마트가 본격적이 무더위가 찾아옴에 따라 대대적인 여름상품 할인행사를 진행한다. 이마트는 오는 14일까지 여름 먹거리, 선풍기, 에어컨, 의류 등 다양한 여름 관련 상품을 최대 70% 할인하는 '여름 상품 할인 대전'을 진행한다. 긴 장마가 끝나고 본격적인 무더위가 찾아오면서 여름 관련 상품들을 찾는 고객이 크게 늘어날 것으로 예상된다. 여름에 날씨가 더울수록 유통업체 매출이 증가한다는 것은 업계의 불문율일 정도로 날씨와 유통업체 매출과의 상관관계는 높다. 실제, 이마트가 지난해 8월 날씨와 매출의 상관관계를 분석한 결과, 35도 이상인 날에 비해 매출이 평균 15.7% 높은 것으로 나타났다. 여름 관련 상품으로 한정할 경우 그

차이는 더욱 크다. 최고기온 35도 이상인 날 주요 여름 관련 상품 매출은 약 143.8% 높게 나타났다. 같은 기간 대표적인 여름 상품 에어컨 매출은 357.1% 증가했으며 물놀이 용품과 선풍기는 각각 235%, 182.5% 증가한 것으로 분석됐다. 이러한 기온과 매출의 상관관계는 올해 7월에도 유효했다. 올해 7월 중 최고기온이 30도 이상인 기간 이마트 매출은 30도 미만인 기간 대비 5.2% 높았으며, 여름 관련 상품 매출은 15.6% 높았다. 이마트는 먼저 선풍기 클리어런스 행사를 선보인다. 선풍기 2개 구매 시 20%, 3개 구매 시 30% 할인하는 행사로 다른 종류의 선풍기 교차 구매도 가능하다. 행사 상품 구매 고객에게는 일렉트로맨 핸디선풍기도 증정한다. /신원선 기자

뽕뜨락피자 “요기요·카톡 주문으로 프로모션 함께해요”

8월 말까지 다양한 할인 혜택

지난 6월 '관자네 온 새우'와 '한턱 쏘 시지'를 새롭게 출시하며 많은 고객들의 호평을 받고 있는 '뽕뜨락피자'가 오는 8월 31일까지 다양한 할인 프로모션을 진행한다. 4일 밝혔다. 배달앱 '요기요'와 '카카오' 주문하기'를 통해 만날 수 있는 뽕뜨락피자의 8월 프로모션은 관자네 온 새우 L 또는 한턱 소시지 L + 오븐구이치킨 + 콜라 1.25L로 라지세트가 구성되며, 요기요에서는 관자네 온 새우 라지세트를 1만



4000원 할인된 가격에 만날 수 있고, 카오주문하기에서는 주중 관자네 온 새우 L Set, 한턱 소시지 L Set를 1만 4000원 할인하며 주말은 러블리 8종이 4000원 할인된 가격에 제공된다. 배달앱 프로모션 뿐만 아니라 매장 방문 포장시에도 최대 5000원 할인에, 오븐파스타까지 무료제공하는 등 소비자들에게 다양한 할인 혜택 기회가 있다. /이민희 기자 lnh@