온라인 새벽배송 식자재마트

밀리고… 뒤처지고… 뺏기고… 유통가 "울고 싶어라"

경제이슈! 2019 & 2020

〈4〉 위기의 유통업

대형마트 경기전망지수 하락 수렁
업계 1위 이마트, 창사 이래 첫 적자

온라인·이커머스 폭풍 성장에
신세계·롯데 한발 늦게 출사표

규제 피한 식자재마트 몸집 키워
기업형 슈퍼마켓도 체면 구겨

이마트 전경. /손진영 기자 son@

올해는 유통 대기업들이 경영환경 악화, 실적 감소를 겪으면서 장기 침체기에 돌입한 시기다. 온라인·모바일 그리고 SNS 세포마켓(기업 단위가 아닌 1인 사업자가 운영)까지 다양한 유통 채널의 발달과 규제 등으로 오프라인 기반의 유통 기업들이 설 자리가 좁아지고 있다.

◆오프라인 업태의 하향세

최근 대한상공회의소가 발표한 '2019년 4분기 소매유통업 경기전망지수(RBSI)'에 따르면, 전분기 대비 2포인트 하락한 '91'로 집계됐다. 지난 분기에 소폭 회복세를 보인 경기전망이 한 분기 만에 하락세로 돌아섰다. RBSI는 기준치(100)를 넘으면 다음 분기 경기가 이번 분기보다 호전될 것으로 예상하는 기업이 많다는 것을 의미한다.

유통업체 경기전망은 2014년 이후 L자형 침체를 이어가고 있는 것으로 나타났다. 한국 경제의 구조적 하향세를 뜻한다. 특히 오프라인 업태인 대형마트(81), 편의점(78), 슈퍼마켓(75)은 큰 폭으로 하락했다.

대형마트는 최근 5년간 유례없는 경기전망지수 낙폭을 보였다. 온라인 채널과의 경쟁, 점포 규제 등이 부담으로 작용하고 있다는 게 업계의 설명이다.

실제로 대형마트는 올해 좋은 성적을 내지 못했다. 대형마트 업계 1위 이마트는 지난 2분기 창사 이래 처음으로 적자를 기록했다.

금융감독원에 따르면, 이마트의 2분기 연결기준 매출액은 전년대비 14.8% 신장한 4조 5810억원이지만, 영업적자는 299억에 달하는 것으로 드러났다.

롯데마트는 지난 3분기 영업이익이 전년 대비 61.5% 감소한 120억원으로 줄었다. 국내점 영업이익만 놓고보면, 90% 줄어든 20억원을 기록했다. 롯데마트는 앞서 2분기에도 339억원의 적자를 냈다.

◆한발 늦은 이커머스 가세

업계는 대형마트 시장 전망이 뚜렷하지 않다고 입을 모은다. 이커머스 경쟁사의 겉잡을 수 없는 성장세와 더불어 최근 1인가구가 증가함에 따라 오프라인으로 장보는 횟수가 꾸준히 줄고 있기 때문이다.

반면, 온라인쇼핑의 성장세다. 온라인쇼핑은 지난 4년 동안 연평균 30%에 가까운 높은 성장률을 기록했고, 작년기준 국내 총소비시장(363조원, 승용차 및 연료소매점 제외)의 31.4%를 차지했다.

상황이 이러하자 신세계와 롯데는 점포 매각을 통한 자산 유통화에 나섬과 동시에 이커머스에 주력할 것을 발표했다.

신세계그룹은 온라인 신설법인 SSG.COM을 출범해 새벽배송 서비스에 가속도를 내고 있고, 롯데는 계열사별로 흩어진 온라인몰을 하나로 통일한 '롯데 ON'을 선보였다. 단 한번의 로그인 만으로 롯데 유통 7개사(백화점, 마트, 슈퍼, 홈쇼핑, 하이마트, 롭스, 닷컴)의 온라인 몰을 모두 이용할 수 있다. 그럼에도 이커머스 기업들을 따라잡기에는 너무 늦게 출발한 것 아니냐는 시선이 존재한다.

◆식자재마트에 밀린 SSM

기업형 슈퍼마켓(SSM·Super SuperMarket) 역시 부진의 늪에서 헤어나오지 못하고 있다. 대표적인 모바일 장보기 서비스 마켓컬리와 쿠팡의 신선식품 새벽배송이 발달함과 동시에 규제 사각지대에서 몸집을 키우고 있는 중소형 식자재마트에 밀린 것이 큰 이유다.

올해 롯데슈퍼는 3분기에 전년 동기 대비 50% 하락한 240억원의 영업손실을 기록했다. 매출 역시 동기간 8.7% 줄어든 4760억원을 기록했다. GS슈퍼마켓은 영업이익 24억원으로 적자는 면했지만, 하락세를 타고 있다. 홈플러스 익스프레스 역시 비슷한 상황인 것으로 알려졌다.

같은 '슈퍼'이지만, 준대형 할인마트인 식자재마트는 규제의 사각지대에서 365일 24시간 영업을 하고 있다. 대표적인 마트를 꼽자면, 세계로마트, 탑마트, 홈마트 등이다.

식자재마트는 유통산업발전법 적용 대상이 아니어서 SSM과 같은 상품을 취급하지만 규제는 전혀 받지 않는다. 이에 전국 점포수는 6만개까지 늘어났다. 반면, SSM 점포 수는 급격히 감소했다. 홈플러스가 운영하는 홈플러스 익스프레스의 경우, 2015년 371개이던 매장이 2016년 368개, 2017년 365개로 줄더니 지난해에는 353개 매장으로 대폭 줄었다. 롯데슈퍼의 상황도 별반 다르지 않다. 2016~2017년, 464개 매장을 운영했지만 지난해 456개 매장으로 점포 수를 줄였다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

르노삼성 파업 채비 업계 우려 한목소리

조합원 찬반투표 진행

"지금 파업을 진행해서 얻는게 뭐가 있을까요?"

르노삼성자동차 노동조합이 또 다시 파업 수순에 돌입하면서 업계 우려감도 커지고 있다. 국내 완성차 업계 관계자는 르노삼성 노조가 10일 파업을 위한 조합원 투표를 진행하는 것과 관련해 이같이 말했다.

르노삼성 노사는 지난 9월부터 7차례의 실무교섭과 5차례 본교섭을 진행했지만 합의점을 찾지 못했고, 노조가 교섭 결렬을 선언한 바 있다. 노조는 2019년 임단협 협상을 벌이면서 기본급 12만원 인상과 수당 및 격려금 지급 등을 요구해왔다. 하지만 사측은 생산 물량 감소 등 경영의 어려움을 들며 노조의 요구를 받아들이기 힘들다는 입장을 보이고 있다.

문제는 노조가 파업을 진행할 경우 회사와 노조 모두 공멸할 가능성도 높다는 점이다. 르노 본사 측은 신규 물량 배정에 있어 노사 관계 안정화를 중요하게 생각하고 있다.

완성차 업계 관계자는 "지난해 90%이상 파업에 찬성했지만 현재 분위기는 바뀐것으로 알고 있다"며 "조합원 투표에서 통과 되더라도 파업 지지율이 낮을경우 노조 집행부의 부담은 클 것"이라고 말했다. 이어 "파업을 통해 얻을 게 뭔지 고민해야 한다"며 "노사간 협력을 통해 신차 출시 준비와 경영정상화에 집중해야 한다"고 덧붙였다. /양성운 기자 ysw@