

불황에 장사없다... 대형항공사도 LCC도 “생존게임中”

변화하는 항공업계

〈상〉 FSC·LCC

대형항공사(FSC)와 저비용항공사(LCC)의 경쟁구도였던 국내 항공업계에 변화의 바람이 불고 있다. FSC 2개사, LCC 6개사란 경계가 허물어질 조짐이다. 지난해부터 이어져 온 노재팬·보잉 이슈에 더불어 최근 코로나19까지 겹쳐 업황이 부진하자 다양한 생존책이 나오며 기존 시장구도를 흔들고 있는 것이다. 여기에 새로운 영업방식의 신생 항공사도 시장에 진입하며 항공업계는 격변의 시기를 맞고 있다. 메트로신문은 항공업계의 변화를 3회에 걸쳐 살펴본다. <편집자 주>

국적 항공사는 현재 크게 두 분류로 나뉜다. FSC(대형항공사)와 LCC(저비용항공사)다. FSC는 'Full Service Carrier'의 약자로 대형항공사나 일반항

항공여객 수요 2010년 6000만명 FSC, LCC로 시장 입지 좁아져 출국 수요 둔화로 LCC도 위기

공사로 불린다. 다양한 기내 서비스를 대부분 제공하는 항공사를 일컫는다.

이와 반대로 LCC는 'Low Cost Carrier'의 약자로 FSC보다 저렴한 요금을 제공하는 저비용항공사를 의미한다.

FSC와 LCC 간 차이점은 크게 ▲운임비 ▲기내식 ▲무료수화물 ▲취항지역 ▲좌석공간 등으로 꼽힌다.

FSC와 LCC간 가장 두드러지는 차이점은 운임비다. FSC는 기내식부터 수화물 취급 및 좌석공간 등 여러 측면에서 소비자들에게 만족할만한 서비스를 제공하고 있다. 상대적으로 요금이 비싼 이유다.

반면 저렴한 요금으로 승부를 거는 LCC는 대형항공사와 달리 대부분 기내식을 제공하지 않고 유상 판매한다.

또한 무료로 제공되는 위탁수화물의 무게도 저비용항공사가 적으며, 취항지역의 범위를 비롯해 좌석공간 등에서도



국적 대형항공사(FSC) 대한항공과 아시아나항공의 항공기.

/연합뉴스

FSC보다 불편한 점이 많다.

이밖에 항공권 취소·환불 등의 경우에도 LCC들은 대형항공사보다 상대적으로 높은 수수료를 책정하고 있다.

국내 항공업계에는 대한항공과 아시아나항공 두 FSC가 먼저 등장했다. 이에 비슷한 전략을 구사하던 두 항공사는 운임보다 서비스에서 경쟁했다. 그러나 2000년대 들어서며 첫 LCC 한성항공(현 티웨이항공)이 출범해 본격적인 운임 경쟁이 시작됐다.

현재 국내에는 대한항공과 아시아나항공 등 FSC 2개, 제주항공·티웨이항공·진에어·이스타항공·에어서울·에어

부산 등 LCC 6개사가 운항 중이다. 여기에 최근 플라이강원도 국적 항공사로 합류했다.

항공업계에 LCC가 뛰어들며 항공여객 수요는 대폭 늘었지만 기존 FSC의 점유율은 하향 곡선을 그리고 있다. 지난 2004년 현 티웨이항공이 출범하며 국내 첫 LCC 시장이 열린 이후 항공여객 수요는 지난 2010년 6000만명을 돌파했고 지난해 1억명을 넘어섰다. LCC가 비교적 저렴한 요금으로 '여행의 보편화'를 이끈 것이 항공 이용객을 늘릴 수 있었던 배경이다.

다만 FSC는 LCC로 인해 시장 내 입

지가 점점 좁아지고 있다. 국토교통부에 따르면 대형항공사의 국제선 여객 점유율은 ▲2012년 59.1%에서 ▲2019년 37.4%로, 국내선 여객 점유율은 ▲2012년 56.2%에서 ▲2019년 42.2%로 감소했다. 반면 LCC는 국제선 및 국내선 모두 2012년 대비 2019년 기준 각각 22%, 14% 늘며 지속 성장 중이다.

그러나 2018년부터는 내국인의 출국 수요 성장세마저 둔화돼 FSC는 물론 LCC도 위기를 맞았다. 한국관광공사에 따르면 2018년 7월 이후 지난해 2월을 제외하고, 매월 한국인의 출국자 수는 전년 동기 대비 한 자릿수의 성장률을 기록했다. 특히 2019년 8월 이후부터 12월까지의 아예 역성장을 기록하고 있다. 내국인 출국자 수요는 지난해 ▲10월 215만명(-8.3%) ▲11월 209만명(-9.0%) ▲12월 234만명(-6.1%)다.

허희영 한국항공대 교수는 "LCC 중심의 항공시장이 한창 성장하는 과정에서 일본 불매운동, 코로나19 등의 악재가 영향을 끼쳐 LCC들의 경영난이 심화될 것으로 우려된다"고 말했다.

/김수지 기자 sjkim2935@metroseoul.co.kr

아시아나항공, 위기극복 '비상경영' 선포

한일관계 악화, 코로나19 등 악재 비용절감·수익성 개선 돌입키로



로 특단의 자구책 실천에 앞장서기로 결의했다.

아시아나항공의 전 임원들은 급여를 30%(사장 40%) 반납하고, 모든 조직장들 역시 급여 20% 반납에 나선다. 위기 극복을 위해 경영진이 솔선수범한다는 취지다.

아시아나항공은 '코로나19'로 인해 공급좌석 기준 중국 노선 약 79% 축소, 동남아시아 노선 약 25% 축소하는 등 특단의 조치를 취했다. 운항, 캐빈, 정비 등 유류인력을 최소화한다는 방침이다.

/양성운 기자 ysw@

아시아나항공이 지난해 어닝 쇼크와 '코로나 19' 등으로 촉발된 위기 극복을 위해 '비상경영'을 선포했다.

한창수 아시아나항공 사장(사진)은 19일 임직원들에게 보내는 답화문을 통해 2019년 한일관계 악화에 이어 2020년 코로나19 사태로 인해 항공수요가 크게 위축되어 회사가 위기에 직면했으며, 이를 극복하기 위해 비용 절감 및 수익성 개선에 돌입한다고 밝혔다.

이에 아시아나항공은 19일 대표이사 이하 모든 임원이 일괄사표를 제출하며 '생즉사사즉생(生即死死即生)'의 각오

이에 따라 전직종(일반직, 운항승무직, 캐빈승무직, 정비직 등) 무급휴직 10일을 실시한다.

비용 절감을 위해 사내·외 각종 행사를 취소하거나 축소하고, 2월 14일에 예정되어 있던 창립 32주년 기념식도 취소했으며, 창립기념 직원 포상도 중단했다. 향후 수익성과 직결되지 않는 영업의 활동을 대폭 축소한다는 방침이다. 아시아나항공은 지난 17일 '아시아나항공 조종사 노동조합' '아시아나항공 일반노조' '아시아나항공 열린 조종사 노조' 등 3대 노조와 함께 '위기 극복과 합리적 노사문화 정착을 위한 아시아나항공 노사 공동선언문'을 발표하며 노사가 합심해 위기 극복을 다짐한 바 있다.

/양성운 기자 ysw@

종이고지서 이제 모바일로 본다

과기정통부 대민업무 기관 선정

과학기술정보통신부는 종이 기반의 대국민 고지·안내문을 스마트폰에서 볼 수 있도록 '페이퍼리스 촉진 시범 사업'을 오는 3월 31일까지 공모한다고 밝혔다.

이번 사업 공모를 통해 대국민 과급력이 높은 대민 업무 분야 6개 내외 기관과 전자화 고지 대상 서비스를 선정할 계획이다. 선정된 기관에게는 최대 2억원이 지원된다.

특히 올해는 공공·행정기관의 대국민 고지·안내문뿐 아니라, 사업대상을 민간 분야로 확대해 종이문서 발행·소모되는 사회적 비용을 절감하고, 전자문서 이용 환경을 사회 전반으로 확산해나갈 예정이다.

과기정통부는 지난해 처음 시범 사업을 통해 7개 행정·공공기관의 우편 고지·안내문을 모바일 기반으로 고지할 수 있는 시스템 구축을 지원했다.

또 카드사·VAN사 등 민간사업자 컨소시엄을 통해 김법천국 등 소상공인 가게에서도 종이영수증 대신 전자영수증을 발급할 수 있는 시스템 구축을 지원했다.

박윤규 정보통신정책관은 "이제는 관행적으로 발행·고지하는 종이 고지서를 모바일 기반의 수단으로 대체할 필요가 있다"며 "공공·행정서비스뿐만 아니라 금융, 유통 등 국민 생활과 밀접한 분야로 전자고지 지원 대상을 확대해 국민의 체감효과를 높이고, 대국민 전자고지 서비스를 사회 전반으로 확산해나갈 것"이라고 밝혔다.

/채윤정 사진기자 echo@

현대오일뱅크 '카젠' 우수한 품질로 경쟁력 확보

현대오일뱅크가 리뉴얼을 통한 고급 휘발유 시장 내 경쟁력 확보에 나섰다.

현대오일뱅크는 18일 고급휘발유 브랜드 'KAZEN(카젠)'을 리뉴얼 출시하며 시장 공략을 위한 마케팅 경쟁에 나선다고 밝혔다.

KAZEN은 황제를 뜻하는 'Kaiser'와 최고를 뜻하는 'Zenith'를 합친 말로 고급휘발유 분야에서 최고의 품질을 지향한다는 의미다. 고급휘발유는 자동차 연료유 중 유일하게 수요가 급증하고 있는 제품이다.

한국석유공사에 따르면 국내 고급휘발유 소비량은 2016년 88만 배럴에서 지난해 135만 배럴로 연 평균 15.5% 증가한 반면 같은 기간 보통휘발유는 7805만 배럴에서 8148만 배럴로 연 평

균 1.4% 증가하는 데 그쳤다. 최근 저유가가 지속된 데다 젊은 층을 중심으로 수입차 선호현상이 강해 고급휘발유 수요는 당분간 빠르게 증가할 것으로 기대된다.

고출력수입차는 고급휘발유 주유가 필수다. 고급휘발유를 써야 노킹(Knocking)현상이 발생하지 않기 때문이다. 휘발유가 정상 연소되지 않으면 엔진을 망치로 두드리는 것과 같은 소리가 발생한다. 이런 노킹현상이 계속되면 엔진 출력이 떨어지고 심한 경우 부품까지 손상된다. 옥탄가가 노킹현상을 방지해주는 정도인데 카젠의 옥탄가는 100이상으로 업계 최고 수준이다. 국내에서는 옥탄가가 94만 넘으면 고급 휘발유로 분류된다.



K리그 경기장에 설치될 현대오일뱅크 카젠 입체광고물의 예상도

현대오일뱅크의 카젠은 지난해 국내 최대 레이싱 대회인 슈퍼레이스 챔피언십의 공식 연료로 선정되며 우수한 기술력을 입증한 바 있다.

현대오일뱅크는 오는 3월 개막되는 프로축구K리그에 입체광고물을 설치하고 연말까지 취급점을 현재의 두 배인 300개로 확대해 10%대인 시장점유율을 25%까지 끌어올릴 계획이다.

/김수지 기자

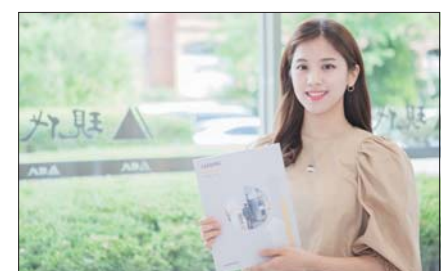
현대엘리베이터 연차보고서 美 LACP 어워드 금상

현대엘리베이터의 '2019 연차보고서'가 미국 커뮤니케이션 연맹(LACP)이 주관하는 2018/19 LACP 비전 어워드에서 금상을 수상했다.

18일 현대엘리베이터에 따르면 이번 대회에 출품한 2019 연차보고서는 첫인상, 표지 디자인, 내용 구성, 재무보고 등 총 8개 평가항목 중 6개 항목에서 최고점을 획득하며 총점 98점을 받았다.

비전 어워드는 글로벌 마케팅 전문기관 LACP가 주관하는 연차보고서 경연 대회다. 올해에는 북미, 유럽, 아시아 등 전세계의 기업, 정부 기관, 비영리단체 등 1000여 개 기관의 연차보고서가 치열한 경쟁을 벌였다.

현대엘리베이터 관계자는 "4차 산업혁명 대응 현황과 세계화 비전, 전략 등



현대엘리베이터 2018-2019 연차 보고서가 미국 LACP가 주관하는 비전 어워드에서 금상(Gold Awards)을 수상했다.

회사의 현재와 미래 방향성을 구체적이고 담백하게 표현한 점이 좋은 평가로 이어졌다고 생각한다"고 말했다.

현대엘리베이터는 2016년부터 재무성과와 비재무성과를 통합한 연차보고서를 발간하고 있으며, 지난해에는 대상(플래티넘)을 수상했다.

/양성운 기자