

# ‘성수기’도 소용 없는 항공업계… 더 이상 ‘카드’도 없다

대한항공 제3분기 ‘적자’ 전망  
7~9월 여객 전년 대비 62% 감소  
국내선 취항 등에도 한계 도달



대한항공의 항공기 A330에 화물을 탑재하고 있다.

각종 자구책을 통해 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 위기를 극복하고 있는 항공업계가 3·4분기까지 우울할 것이라는 전망이다.

5일 업계에 따르면 지난 2분기 항공업계는 코로나19 사태가 장기화함에 따라 여러 대응책을 마련했다. 대표적으로 대형항공사(FSC)는 화물 부문 공급을 늘렸고, 저비용항공사(LCC)는 국내선 노선을 신규 취항하며 하늘길을 넓혔다. 국제선 대부분을 운항하지 못하면서 국내선에 집중할 수밖에 없는 환경이 만들어졌고, 여객기가 날지 못하자 화물 수송 운임이 급격하게 올랐기 때문이다. 항공사들이 고육지책의 일환으로 틈새시장을 파고든 것이다.

그러나 이 같은 대응책에도 대한항공과 아시아나항공을 제외한 나머지 LCC들은 2분기에 적자를 면치 못했다. 대한항공과 아시아나항공은 올 2분기 각

각 1102억원, 234억원의 영업이익을 냈다. 코로나19로 인해 여객기 하루 화물 칸인 ‘벨리’를 통한 화물 수송이 어려워지면서, 화물 운임이 오르자 양사가 선제적인 공급 확대 조치를 한 결과다. 하지만 다른 저비용항공사들은 국내선 확대에도 ▲제주항공 854억원 ▲진에어 596억원 ▲에어부산 514억원 ▲티웨이항공 486억원 등 영업손실을 기록했다. 문제는 통상 항공업계 성수기로 여겨

지는 3분기까지 전망이 좋지 못하다는데 있다. 3분기에도 연이어 항공사들이 화물 운송, 국내선 취항 등 자구책 시행에 나섰지만, 더 이상 이 같은 전략도 한계에 도달했다는 평가다. 코로나19가 장기화하면서 전 세계 항공사들이 화물 부문에 공급을 집중하고 있고, 국내선도 사실상 수익이 거의 나지 않는 특성에 더해 LCC 간 ‘출혈 경쟁’이 돼가고 있기 때문이다. 3분기의 여름 휴가철에

도 코로나19 감염에 대한 우려로 항공 수요는 반토막이 났다.

실제 국토교통부 항공포털에 따르면 올해 3분기 항공을 이용한 여객 수는 지난해 대비 대폭 줄었다. 올해 7월~9월 까지 여객 수는 각각 ▲7월 516만 5925명 ▲8월 583만 2930명 ▲9월 389만 8658명 등 총 1489만 7513명을 기록했다. 이는 지난해 동기 3941만 6461명 대비 약 62%가량이 감소한 것이다. 그만큼 매출이 감소함에 따라 항공사들의 올 3분기 적자 폭도 커질 수밖에 없는 것이다.

금융정보업체 와이즈리포트에 따르면 이번 3분기 실적사들은 각 항공사별로 ▲대한항공 382억원 ▲아시아나항공 -1001억원 ▲제주항공 -704억원 ▲진에어 -505억원 ▲티웨이항공 -479억원 등을 나타낼 것으로 예상된다. 대한항공을 제외한 모든 항공사가 적자를 기록할 것인 전망이다.

이런 가운데 3분기까지 적자를 낼 경우 4분기가 항공업계에 고비가 될 것으로 보인다. 항공사들은 여객 부문의 비수기인 4분기에 앞서 3분기에 수익성을

제고하는데, 코로나19 사태가 언제 끝날지 알 수 없는 상황에서 4분기도 적자가 날 것으로 예상되기 때문이다.

이한준 KTB투자증권 연구원은 “여름 휴가철이라 성수기인 건데, 이번엔 사실 여객이 없으니 그런 효과는 못 볼 것 같다. 2분기에는 화물 쪽이 좋았는데 3분기 들어서면서 화물 운임도 조정을 받아야 2분기보다 못할 것”이라며 “아마 BEP(손익분기점) 하면 다행인 정도다. 4분기에는 연말 소비 시즌이라 화물이 성수기라, 운임이 다시 반등하기를 기대할 수도 있다”고 설명했다.

한편 신생 저비용항공사인 플라이강원, 에어프리미아, 에어로케이드 상황이 좋지 못하다. 에어프리미아는 10월 한 달간 최소 인원으로 운영하고, 전 직원을 대상으로 무급휴직을 진행한다. 또, 플라이강원은 이달부터 전 직원 240명 중 필수인력 80명을 제외하고 160명이 무급휴직에 들어갔으며, 에어로케이는 국토부에서 항공운항승명(AOC) 발급이 계속 지연되고 있다.

/김수지 기자 sjkim2935@metroseoul.co.kr

## 홈헬스케어 인기… 안마의자 ‘매출 효자’

바디프랜드·코지마, 상반기 매출 ↑  
안마의자, 온가족 위한 제품 자리매김

안마의자 업계가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)을 피해 상반기 매출이 긍정적인 성과를 기록했다. 이어 하반기 매출에도 기대감이 모아지고 있다.

5일 관련 업계에 따르면 국내 안마의자 시장 규모는 코로나19 이후 더욱 확대됐다. 건강에 대한 관심이 높아지며 노년층의 전유물로 여겨지던 안마의자가 젊은 세대들에게도 인기를 끌고 있기 때문으로 분석된다.

금융감독원 전자공시에 따르면 안마의자 업계 1위 바디프랜드는 올 상반기 2721억원의 매출을 기록하며 전년 동기 대비 8.4% 증가했다. 바디프랜드는 지난 5월 당시 월간기준으로 사상 최대인

656억원의 매출을 기록하며 눈길을 끌었다.

바디프랜드 관계자는 “안마의자가 비대면 환경에서 건강을 챙기는 홈헬스케어로 하반기에도 높은 관심을 받을 것으로 전망된다”며 “구독 경제도 새로운 소비자 트렌드로 자리 잡으며 렌탈 시장이 급속 성장하고 있는 점도 안마의자 업계에 새로운 발판이 될 것”이라고 내다봤다.

업계 2위 자리를 놓고 치열한 경쟁을 펼치고 있는 코지마와 휴테크도 가파른 성장을 보이고 있다.

코지마는 지난해 매출액 1075억원을 기록하며 전년도 888억원보다 21% 늘었다. 올 상반기 판매 수치는 전년 동기 대비 약 14.8% 증가했다. 코지마 관계자는 “당분간 안마의자 업계의 활성화가 지속될 것으로 보인다”며 “안마의자

사용인구가 많아지면서 안전한 제품 사용에 관한 장기적인 캠페인을 진행할 것”이라고 설명했다.

휴테크도 2018년도 매출액 471억원에서 42% 증가한 669억원의 매출액을 기록했다. 이어 안마의자 시장 규모 확대에 따라 올 상반기에도 긍정적인 수치를 기록했다는 게 관계자의 설명이다. 특히 휴테크는 오프라인 직영점 판매에 집중하고 있다. 이를 통해 지난 4월과 5월 휴테크 직영점을 통한 구매·계약은 전년 동기 대비 각 13%, 12% 증가했다. 이어 지난 9월까지 휴테크 직영점을 통한 구매·계약은 지속적으로 늘고 있다. 이에 휴테크 관계자는 “최근 ES9 블랙, 라움을 출시했으며 하반기에도 신제품 안마의자 출시 등 마케팅에 박차를 가할 계획”이라고 말했다. /백지연 기자 wldus0248@

## “중기 자금난 여전… 정부의 지속 지원 필요”

금융지원대책으로 시장 안정화 단계

최근 금융지원 대책으로 채권시장은 안정세를 찾았지만 중소기업은 여전히 자금사정에 어려움이 있는 것으로 나타났다.

저신용등급 회사채·CP 매입기구(SPV) 등 일련의 기업 금융지원 조치들에 힘입어 시장이 어느 정도 안정화 단계에 진입했으나, 중소기업 자금사정의 어려움은 여전히 정부의 지속적인 지원이 필요하다는 주장이 제기됐다.

대한상공회의소는 5일 ‘최근 기업 금융지원 정책의 평가와 과제’ 보고서를 통해 정부가 지난 3월 이후 적극적인 기업 금융지원 대책들을 잇따라 내놓으면서 시장 안정을 위한 정부의 강한 의지가 시장 불안감을 진정시키는데 상당부분 기여한 것으로 진단했다.

특히 상반기에 시행된 채권시장안정펀드와 회사채담보부증권(P-CBO) 발행지원 등은 우량 회사채(AA등급 이상) 시장을 중심으로 상당부분 개선효과가 있었던 것으로 평가했다.

이어 7월에는 재정-한은-산은이 공조하여 저신용등급(A등급 이하) 시장까지 지원하는 회사채·CP 매입기구(SPV)를 새롭게 설립했다. 올 7월 24일 첫 지원을 시작한 SPV는 최근 우량 회사채뿐 아니라 비우량 회사채 수요예측에 직접 참여하는 등 적극적인 행보를 보이고 있다.

또한 정부는 올 4월부터 9월말까지 예정돼 있던 중소기업·소상공인 대출 원금상환 만기연장 및 이자상환 유예조치를 내년 3월말까지 6개월 연장한 바 있다.

/양성운 기자 ysw@

## 현대차 ‘투싼’ 돌풍… 이달의 차 선정

25점 만점 기준 20.3점

현대자동차 ‘투싼’이 자동차 기자들이 뽑은 10월의 차로 선정됐다. 투싼은 사전계약 하루만에 1만여대를 넘어서는 등 출시와 동시에 국내 자동차 시장에서 돌풍을 일으키고 있다.

한국자동차기자협회 산하 올해의 차 선정위원회는 신형 투싼이 25점 만점 기준 20.3점을 얻어 함께 후보에 오른 랜드로버 올 뉴 디펜더·볼보 신형 S90을 누르고 10월의 차로 뽑혔다고 1일 밝혔다.

위원회는 한 달 간 출시된 신차와 부분변경 모델을 대상으로 ▲디자인 ▲인테리어 ▲실용성 ▲안전성 및 편의사양

▲상품성 및 구매의향 등 5개 항목을 종합적으로 평가해 매달 최고의 차를 선정한다. 신형 투싼은 각 5점 만점인 5개 평가 항목에서 평균 4.1점을 받는 등 전체적으로 우수한 점수를 기록했다. 특히 실용성에서 4.7점, 내부 인테리어와 안전 및 편의사양 항목에서 각 4.3점의 높은 점수를 받았다.

류종은 올해의 차 선정위원회 위원장은 “현대차 역사상 사전계약 당일 1만대를 첫 돌파한 SUV인 신형 투싼은 3세대 플랫폼으로 넓은 공간과 향상된 주행 안전성을 제공한다”고 평가했다. 이어 “혁신적이고 스포티한 디자인이 돋보이며, 3가지 엔진 라인업으로 고객선



현대차 신형 투싼.

택의 폭을 넓혔다”고 덧붙였다.

한국자동차기자협회는 지난해 5월부터 이달의 차를 선정·발표하고 있다. 올해는 ▲기아자동차 K5 ▲제네시스 GV80 ▲더 뉴 메르세데스-벤츠 A-클래스 세단 ▲제네시스 G80 ▲현대자동차 올 뉴 아반떼 ▲르노 캡처 ▲더 뉴 아우디 A4 ▲올 뉴 푸조 2008 SUV ▲더 뉴 메르세데스-벤츠 GLB가 이달의 차로 뽑혔다. /양성운 기자

## 진에어, 홈페이지 방문고객 출석 이벤트

진에어가 고객들을 위한 새로운 이벤트를 실시한다. 진에어는 이달 31일까지 한 달간 진에어 홈페이지에서 출석체크 이벤트를 연다고 5일 밝혔다.

출석체크 이벤트는 해당 기간 동안 진에어 홈페이지와 모바일 웹·앱으로 이벤트 페이지에 방문하는 횟수에 따라 경품을 제공하는 이벤트다. 이벤트에 참여한 고객은 누적 횟수 매 5회마다, 진에어 항공 운임 할인 쿠폰인 ‘지니 쿠폰’을 받을 수 있다. 5회 달성 시 5000원, 10회 달성 시 1만원, 15회 달성 시 1만 5000원, 20회 달성 시 2만원 쿠폰이 각각 누적 지급된다. 해당 쿠폰은 이달 10일부터 12월 31일까지 사용 가능하며, 해당 기간 내 운항하는 국내선 전 노



선에서 적용 가능하다. 경품 추첨 행사도 함께 실시한다. 누적 횟수 별로 국내선 왕복 항공권(10명), 커피·아이스크림·치킨 모바일 쿠폰 등의 경품에 자동 응모된다. 당첨자는 내달 4일 개별 발표되며 진에어 홈페이지를 통해서도 확인 가능하다. /김수지 기자