

# 이번엔 '복합쇼핑몰' 규제법안 발의 유통업계 "입점中企만 피해" 반발

민주당, 의무휴업 규제 확대 등 담은  
유통산업발전법 내달 처리 예고  
업계, 백화점 3분기 성장률 -11%

여당이 의무휴업 규제 범위를 복합쇼핑몰, 백화점, 면세점 등으로 확대하는 유통산업발전법 개정안을 본격 추진할 것으로 알려지면서 유통업계가 고심에 빠졌다. 코로나19로 오프라인 유통업체가 매출 감소 등 어려움을 겪고 있는 와중에 규제까지 더해지는 부담 때문이다.

7일 업계에 따르면 더불어민주당은 중대재해법, 생활물류법과 함께 3대 민생법안으로 유통산업발전법을 2월 국회에서 처리할 방침이다.

현재 국회에는 유통업체 규제를 강화하는 내용의 유통산업발전법 개정안이 14개 발의된 상태다. ▲대형마트 입점 금지 전통신업보존구역 지정 범위 20km로 확대(김정호 더불어민주당 의원 대표발의) ▲의무휴업 규제 복합쇼핑몰, 백화점, 면세점에도 적용(이동주

더불어민주당 의원 대표발의) ▲복합쇼핑몰 영업시간 제한, 의무휴업 지정(홍익표 더불어민주당 의원 대표발의) 등이다.

이 가운데 복합쇼핑몰에 월 2회 의무휴업 규제를 적용하는 방안이 중점적으로 추진될 것으로 예상된다. 홍익표 의원은 "대형유통기업들의 복합쇼핑몰 진출 확대로 지역상권 붕괴가 가속되고 갈등이 심화되고 있다"며 법안 제안 이유를 밝혔다.

유통업계에서는 반발 목소리가 나온다. 작년 3분기까지 백화점은 11% 마이너스 성장했다. 할인점의 경우 3%가량 판매액이 늘었지만 이는 온라인 매출 증가에 따른 영향이란 분석이다.

특히 복합쇼핑몰의 경우 점포가 임대매장으로 구성돼 있어 의무휴업을 강행할 경우 임차 업체들에 피해가 전가될 것이라 지적이 나오고 있다. 롯데몰, 스타필드 등 복합쇼핑몰을 운영하는 사업자들의 사업구조가 임대수익이어서 휴업 영향이 크지 않은 반면 자영업자 등 입점업체들이 직격탄을 맞게 된다는 것.

유통업계 관계자는 "복합쇼핑몰 특성상 주말 매출이 평일의 4~5배 가량 된다"며 "월 2회 휴업을 주말에 하게 되면 매출 3분의 1이 날아갈 것"이라고 말했다.

소비자 선택권에 대한 고려가 없다는 지적도 이어지고 있다. 한국유통학회 조사에 따르면 대형마트 휴무일에 전통시장을 찾는다 소비자는 응답자의 5.8%에 불과했다. 반면, 아예 쇼핑을 하지 않는다는 답은 20% 였다. 의무휴업 규제가 전통시장 활성화보다 소비자 불편만 늘리다고 볼 수 있다.

'대규모점포가 지역 소상공인과 전통시장을 파괴한다'는 일부 정치권의 주장과 다른 연구 결과에도 정부는 규제 강화를 추진하고 있다.

마트 업계는 경기침체와 이커머스·편의점 등이 치고 올라오는 바람에 경쟁력을 잃은지 오래다. 실제로 최근 몇 년간 마트 점포들은 줄폐점하고 있다.

전문가들은 이커머스 기업들이 고속 성장했음에도 계속해서 대기업 유통채널만 규제하는 것은 역차별이라고 입을 모은다. /신원선 기자

# '비정규직 제로' 고용 주인공 온라인 융합형 유통기업 주도

임일순 홈플러스 대표 퇴임

이달중 3년3개월 경영생활 마침표  
사업전략 완성... 경영공백 없을 듯  
무기계약직 1.5만명 정규직 전환  
온라인 융합, 미래기업 성장 평가  
효율 모델 '홈플러스 스페셜' 출범



임일순 홈플러스 사장 /홈플러스

유통업계 최초의 '주부 CEO' 임일순 홈플러스 대표이사 사장이 3년 3개월의 경영 생활을 끝으로 이달 중순 퇴임한다.

7일 업계에 따르면 임 사장은 지난해 하반기 일신상의 이유로 홈플러스 대표이사 겸 사장에서 물러나겠다는 뜻을 밝혔으며, 최근 회사에서 이를 수용했다. 대주주인 MBK파트너스 등 회사 측은 몇 차례 만류했지만 그동안의 노고와 성과에 감사하며 임 사장의 의사를 존중하기로 결정한 것이다.

구체적인 사임 날짜는 밝혀지지 않았다. 다만, 업계에서는 이달 중순으로 내다보고 있다. 이는 2021회계연도(2021년 3월~2022년 2월) 사업전략에 대한 최종승인일에 맞춰 조정된 것으로, 회사 측은 각 사업부문장을 중심으로 완성된 2021년 사업전략을 실행함에 있어 경영공백이 발생하진 않을 것으로 보고 있다.

임 사장은 2015년 11월 재무부문장(CFO, 부사장)으로 홈플러스와 인연을 맺었으며, 2년 뒤인 2017년 5월 경영지원부문장(COO, 수석부사장)을 거쳐 같은해 10월 대표이사 사장(CEO)으로 승진했다.

임 사장은 재임기간 중 국내 산업계의 '비정규직 제로(Zero)'의 첫 걸음을 떤 주인공으로도 이름을 알렸다. CEO로 임명된 지 2년 만인 2019년 7월, 당시 홈플러스의 무기계약직 직원 약 1만 5000명 전원을 정규직으로 전환하는 등 시대의 흐름에 맞춰 사람중심의 고

용문화를 주도했다.

무엇보다 직원들과의 상생을 중요시하는 임 사장의 뜻에 따라 대형마트업계 최초로 별도의 자회사 설립이나 직군을 신설하지 않고, 조건 없이 기존 정규직 직급인 '선임'으로 발령하며 국내 주요 산업계뿐 아니라 정치권에서도 주목을 받아왔다.

사업적인 측면에서도 임 사장은 3년 3개월의 CEO 재임기간 동안 오프라인 대형마트 중심의 홈플러스를 온라인과 융합된 '올라인(All-Line) 미래유통기업'으로 전환시켰다는 평가를 받고 있다.

오프라인에서는 창고형할인점과 대형마트의 장점을 결합한 효율화 모델 '홈플러스 스페셜' 점포를 성공적으로 출범시켰으며, 특히 오프라인 전 점포를 온라인 물류거점으로 전략화해 온라인 수요에 효율적으로 대응했다.

홈플러스고위관계자는 "임 사장은 유통사업에 대한 인사이트가 깊고 전략과 실행에 뛰어난 전문경영인으로서 홈플러스를 미래 유통기업으로 탈바꿈시켰다"며 "CEO 공백을 최소화하기 위해 이미 2021년 전반적인 사업전략과 방향까지 완성한 상황"이라고 밝혔다.

홈플러스는 현재 선임 대표이사 사장을 맡을 인물로 온·오프라인 유통 채널 역량과 경험을 갖춘 다수의 후보들과 접촉하고 있는 것으로 알려졌다. /신원선 기자

# KT&G, 해외 103국 진출... '세계 빅4' 예고

연간 판매량 1억개비 5개국 확보  
몽골서 '에세' 판매량 1위 달성

KT&G가 해외 진출 100개국을 돌파했다고 7일 밝혔다.

KT&G는 지난해에 신종 코로나바이러스감염증(코로나19)이 확산되는 어려운 상황에서도 현지 비대면 프로세스를 통해 23개국을 신규 개척함으로써 총 103개국 진출을 달성했다. 또, 신규 진출국 중 성장 잠재력이 높은 시장을 집중적으로 키워, 연간 판매량이 1억개비 이상인 5개국을 확보하는 쾌거를 이뤘다.

KT&G는 글로벌 초슬립 1위 담배인 '에세(ESSE)'를 현지 시장 특성에 맞게 출시하는 대표 브랜드 육성 정책을 펼치고 있다. 이러한 현지화 전략으로 에세는 몽골에서 판매량 1위를 달성하고 있다. 세계 2위 담배 소비국인 인도네시아에서는 현지 담배에 일반적으로 쓰이는 정향을 활용한 에세 등을 선보여 지난해에만 40억 개비 이상이 팔렸다. '보험', '타입' 등 레귤러 담배 브



KT&G의 개척 시장인 아프리카의 카메룬에서 영업사원들이 활동하는 모습.

랜드도 국가별 맞춤형 제품군을 강화하며 진출 국가를 확대하고 있다.

지난해에는 '글로벌마케팅부' 등 5개 부서와 팀을 신설하고, 해외법인 지원 조직도 세분화하는 등 해외 마케팅·영업 역량을 강화했다. 이러한 전략을 통해 아프리카 및 중남미 지역 등을 성공적으로 개척했다.

KT&G는 향후 해외법인 추가 설립은 물론 신시장 개척을 통해 유통커버리지를 확대하고, 기존 진출국의 현지 마케팅을 강화해 양적, 질적 성장을 함께 도

모한다는 방침이다. 이를 위해 영업·마케팅·제조 등 분야별 투자를 확대하면서 시장 영향력을 키워나갈 예정이다.

백복인 사장은 "KT&G는 지난해 코로나19로 인한 어려운 경영환경 속에서도 해외 시장의 성장 기회를 적극적으로 포착해 사업 경쟁력을 강화하는 저력을 발휘했다"며 "2025년 글로벌 톱 4 비전 달성을 위해 해외 시장 개척을 더욱 가속화하여 명실상부한 글로벌 기업 반열에 오를 것"이라고 전했다.

/조효정 기자 princess@

# 더현대닷컴 5주년 기념 페스티벌

패션·잡화 등 300개 브랜드 참여

현대백화점 공식 온라인몰 '더현대닷컴'이 5주년(1월 15일)을 앞두고 오는 8일부터 17일까지 '더현대닷컴 5주년 페스티벌'을 진행한다고 7일 밝혔다.

이번 행사에는 해외패션·잡화·리빙 등 300여 브랜드가 참여해 겨울 신상품을 최초 판매가 대비 10~30% 할인해 판매한다.

특히 이번 행사에서는 ▲최대 20% 할인 쿠폰 제공 ▲구매 금액대별 '더머

니' 15% 적립금 증정 ▲현대백화점카드 결제고객 할인 혜택 ▲신규 가입 또는 모바일앱 첫 구매 고객 대상 이벤트 등 다양한 프로모션을 진행한다.

오는 8일부터 17일까지 현대백화점 그룹 멤버십 'H포인트' 회원 대상으로 매일 ID당 2개씩 최대 20% 할인 쿠폰(최대 5만원 할인)을 제공한다.

/신원선 기자

# '참조기 풍년' 이마트, 소비촉진 할인행사

13일까지 10마리 9900원 판매  
판매가격 전년 대비 28% 저렴

제주지역 연근해에서 잡히는 참조기가 9년만에 풍년을 맞았으나 재고가 급증하고 가격은 하락하는 이중고를 맞아 이마트가 소비 촉진에 나선다.

이마트는 7일부터 13일까지 제주산 참조기(해동) 10마리를 9900원에 판매한다고 밝혔다. 마리당 평균 80g 내외 제주산 참조기다.

이마트는 수협을 통한 경매로 냉동 제주산 참조기 230여톤 확보했고, 연간 판매를 이어간다는 계획이다. 2020년 판매량 160여톤 보다 약 43% 늘린 물량으로, 판매가격도 전년 동기간 대비 약 28% 저렴하다.

이마트가 참조기를 저렴하게 판매할 수 있게 된 것은 지난 2020년 제주도 인근에서 잡히는 참조기의 어획량이 크게 늘면서 산지 가격이 10~15% 가량 내려갔기 때문이다. 이는 여름철 더위

가 심하지 않았던 데다, 참조기의 먹이인 새우가 제주 및 서해안 연근해에 넓게 퍼졌기 때문인 것으로 분석된다.

실제로 해양수산부 수산정보포털에 따르면 2020년 1월부터 11월까지 참조기 어획량은 3만 3230톤으로, 2019년 1~12월 한 해 참조기 어획량 2만 5788톤 보다 28.9% 가량 늘었다.

과거 참조기 어획량은 2011년 5만 9226톤으로 정점을 찍은 뒤 지난 9년간 하향곡선을 그어왔다. 겨울철에 어획량이 크게 증가하는 점을 감안하면, 2020년에는 9년만에 4만 톤을 넘겼을 것으로 추정된다. 하지만 참조기 풍년에도 불구하고, 조리가 번거롭고 가격이 비싸다는 인식 때문에 재고가 쌓이고 가격도 점점 하락하는 어려운 상황을 맞았다.

제주시 수협에 따르면 참조기 가격 안정화를 위해 수매한 참조기 4000여 톤이 출하되지 못하고 수협 냉동창고에 쌓여 있다.

/신원선 기자