

롯데, 창고형 할인점 부활... '롯데마트 맥스'로 점유율 확대

구 롯데마트 송천점 '새단장'
내년까지 20여 곳 오픈 목표
빅마켓, 현재 2개 점포만 남아

롯데쇼핑의 대형 창고형 할인점 '롯데마트 맥스(MAXX)'가 곧 모습을 드러낸다. 창고형 회원제 할인점인 '빅마켓(VIC Market)'을 선보였던 롯데마트는 결국 유료 회원제까지 폐지했지만 이렇다 할 성과를 거두지 못했다. 새롭게 문을 여는 롯데마트 맥스가 위기의 롯데쇼핑을 구할 구원자가 될지 새로운 골칫덩이가 될지 귀추가 주목된다.

16일 업계에 따르면 롯데쇼핑은 오는 19일 전북 전주시 송천동 구 롯데마트 송천점을 새단장해 '롯데마트맥스'로 문을 열고 21일 광주 서구 치평동에는 상무점을 오픈한다. 구 롯데마트 목포점도 곧 롯데마트맥스로 새출발할 예정이다. 롯데쇼핑은 오는 2023년까지 롯데마트맥스 20여 개 오픈을 목표로 하고 있다.

코로나19 사태가 장기화되면서 지난해 유통가는 채널별로 희비가 크게 엇갈렸다. 백화점과 이커머스는 전례 없는 호황을 누렸지만 마트와 편의점은



롯데쇼핑이 운영 중인 창고형 할인점 빅마켓의 모습. 롯데쇼핑은 빅마켓이라는 이름 대신 '롯데마트맥스'라는 새 이름으로 창고형 할인점 시장에 도전장을 내민다.

그렇지 않았다. 이런 가운데 마트의 또 다른 형태인 창고형 할인점은 큰 인기를 끌었다.

지난해 창고형 할인점 코스트코코리아는 회계기준 2020년 9월부터 2021년 8월 기준 매출 5조3523억원을 기록했다. 전년도 4조5229억원에 비해 18.3% 매출이 상승했고 영업이익은 1775억원으로 24.3% 증가했다. 이마트 트레이더스도 지난해 1~3분기 영업이익 751억

원을 기록해 업계 관계자들은 지난해 매출 3조원을 예상 중이다. 코스트코의 국내 매장 수는 16개, 마트 트레이더스 매장 수는 20개에 불과한 가운데 올린 성과다.

창고형 할인점들이 전성기를 누릴 때 롯데쇼핑의 빅마켓은 그러지 못했다. 2012년 금천점에 첫 점포를 연 후 한 때 5개 점포까지 늘기도 했지만 현재 2개 점포만 남았다.

업계는 롯데쇼핑이 다시 창고형 할인점에 눈독 들이는 것을 두고 창고형 할인점 시장이 홀로 성장 중인 것도 있지만 그보다는 경쟁사가 진입하기 어려운 상황이라는 판단에서 나온 걸로 보고 있다.

창고형 할인점은 일반적으로 물건을 대량으로 쌓아놓고 판매하기 때문에 일반 마트보다 더 넓은 매장 면적이 필요하다. 기존 대형마트 점포를 리뉴얼한다고 해도 대대적인 공사가 필요해 막대한 자본이 필요하다. 롯데쇼핑은 지난해 이베이코리아 인수에 실패하면서 3조원대의 현금 자산을 그대로 갖고 있는 상태로, 공격적으로 창고형 할인점 늘리기에 나설 여력이 된다.

창고형 할인점들이 특정 지역에 집합한 상태인 것 또한 롯데쇼핑에는 긍정적인 요소다. 앞서 코스트코는 전라도 지역에 몇 차례 신규 입점을 하고자 했으나 소상공인 보호 등 다양한 문제에 부딪혀 실패했다. 이마트 트레이더스 또한 대부분 매장이 수도권에 위치하고 현재 전라권에는 매장이 없다. 입점이 확정 돼 공사중인 점포 중에도 전라권에 위치한 점포는 없다. 롯데쇼핑이 전주시와 광주시를 첫 개점지로 낙점한

것은 경쟁사들이 지역 진출에 나서기 전 충성고객층을 확보하겠다는 의지다.

앞서 코스트코 등이 겪은 골목상권 문제는 기존 롯데마트 점포를 대대적으로 리뉴얼 하는 방식으로 해결할 수 있었다.

업계에서는 전라권에서 롯데마트맥스의 성공은 어렵지 않을 것으로 전망하고 있지만, 수도권 등에서의 성공여부는 유보하는 분위기다.

업계 관계자는 "최근 창고형 할인점에서 눈에 띄는 상품은 PB상품과 해외소싱인데, 이를 어떤 식으로 차별화하느냐가 성공 관건이 될 것"이라고 말했다.

또 다른 업계 관계자는 앞서 롯데마트 빅마켓이 가지고 있었던 한계인 차별화 실패를 지적했다. 빅마켓은 과거 SNS 등에서 타 창고형 할인점을 따라한다는 식의 비아냥을 듣기도 했다. 업계 관계자는 "코스트코나 트레이더스를 벤치마킹 하는 것도 필요하지만 그보다 완전히 새로운 롯데마트맥스만의 차별화 포인트가 필요할 것"이라고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



광양항 컨테이너부두.

車·정유 등 제조업, 1분기 전망 '흐림'

연간 기준 BSI, 긍정적 기대감 우세
ICT 부문, 전분기 대비 15p 하락

올해 1분기에는 자동차, 정유, 디스플레이 등 다수 업종의 경기가 전분기 대비 악화할 것이라는 전망이 나왔다.

16일 산업연구원은 이런 내용을 담은 제조업 경기실사지수(BSI) 조사 결과를 발표했다.

BSI가 100보다 높으면 전분기 대비 경기가 좋아질 것이라는 전망이 더 우세하다고 해석한다. 반대로 100 미만이면 경기가 안 좋아질 것으로 본다.

이번 조사는 국내 제조업체 1000곳을 대상으로 지난해 12월 8일부터 30일까지 진행됐다.

해당 자료를 보면 올해 1분기 제조업 전망은 시황(95)과 매출(96) BSI는 4분기 만에 100을 동반 하회했다. 시

황은 전분기보다 5포인트(p), 매출은 8p 줄었다.

내수(97) 전망도 수출(98) 전망치도 4분기 만에 100 밑으로 다시 하락했다. 재고 전망은 99로 전분기와 같은 수준을 유지했고 자금 사정 전망은 93으로 4p 감소했다.

반면 설비투자(101)와 고용(104)은 100 상회 수준을 유지했다.

업종별 매출 전망을 보면 전체 13개 업종 가운데 무선통신기기(94)와 자동차(94), 정유(96) 등을 비롯한 다수 업종에서 100을 밑돌았다.

전분기 대비로는 디스플레이(94)와 조선(90)을 제외한 상당수 업종에서 전분기에 이어 하락세가 이어졌다. 다만 반도체(100)와 바이오·헬스(100), 이차전지(100) 등 일부 업종은 100 밑으로 떨어지지 않았다.

유형별 매출 전망은 ICT(98) 부문의 경우 전분기 대비 15p 하락했다.

소재(93), 기계(95) 부문도 매출이 하락할 것이라 전망이 우세했다. 신산업(100) 부문만 전분기 수준을 이어갈 것으로 예상됐다.

대기업과 중소기업 매출 전망 BSI는 각각 99, 93으로 나타났다.

한편 연간 기준으로 올해 매출 전망 BSI는 105로 100을 웃돌며 전년 대비 긍정적 기대감이 우세했다. 산업 유형별로는 신산업(111)이 가장 높았다. 뒤이어 ICT부문(109), 기계부문(102), 소재부문(102) 등 순이었다.

업종별 매출 전망 BSI는 신산업의 이차전지(122)를 비롯해 ICT 부문의 반도체(114)와 무선통신기기(109), 기계 부문의 일반기계(104), 소재 부문의 화학(110) 등 다수 업종에서 100을 웃돌았다. 다만 디스플레이(97), 철강(95), 섬유(88) 등의 업종들은 100을 하회했다. /양성운 기자 ysw@

NO재팬 끝?... 일본차 판매량 다시 증가세

전년 대비 13.4% 늘어

'노재팬(NO Japan)' 불매운동으로 타격을 받았던 일본자동차 브랜드들이 다시 판매량 회복세를 보이고 있다.

지난해 현대자동차·기아차 등 국내 완성차업체가 반도체 수급난에 따른 출고 지연으로 전년 대비 판매량이 감소한 반면, 일본차 브랜드들은 선전하면서 대조를 이룬 것이다.

16일 한국수입자동차협회(KAIDA) 등 관련 업계에 따르면, 토요타·렉서스·혼다·마쓰다·스즈키·다이하쓰 등 국내에서 판매 중인 6개 일본차 브랜드의 승용차 등록 대수는 2만680대로 전년(1만8236대) 대비 13.4% 증가한 것으로 나타났다.

이 가운데 가장 많이 팔린 일본산 브랜드는 토요타자동차(토요타·렉서스)로, 지난해 총 1만6193대가 판매됐다. 이는 전년(1만5065대) 대비 약 7.5% 증가한 것이다. 지난해 판매량을 견인한 모델은 렉서스의 대표 하이브리드차 '더뉴 ES300h'로, 렉서스 전체 판매량

의 약 70%(6746대)를 차지했다.

혼다도 판매량이 크게 늘었다. 2020년 3056대에서 2021년 4355대로 무려 42.5%나 증가했다.

일본제품 불매운동은 2019년 6월 말부터 시작돼 이듬해인 2020년까지 일본차 브랜드들이 판매 부진을 겪었다. 2018년까지 3만대 이상을 팔았던 토요타와 렉서스는 불매운동 이후 2020년 판매량이 반토막(총 1만5065대) 났으며, 혼다는 같은 기간 62%나 줄었다. 닛산과 인피니티는 한국 시장에서 철수하기도 했다.

그러나 최근 일본차가 국내 시장에서 다시 살아나고 있는 것은 불매운동이 수그러든 것도 원인이지만, 반도체 공급난 속에서도 다른 완성차업체들보다 상대적으로 빠르게 신차가 출고된 점 등이 영향을 미친 것으로 보인다. 현대차·기아와 다른 수입차들은 출고하는데 최대 1년 이상 걸리는 반면, 일본차 브랜드들은 약 3개월 안에 출고가 가능한 것으로 알려졌다.

/양성운 기자

코트라, 물류난 국내 중소기업 수출 해결사 나서

물류 지원 서비스 확대

KOTRA(코트라)가 항만 정체 등으로 물류난을 겪고 있는 국내 중견·중소기업의 지원군으로 나선다.

코트라는 물류난을 겪는 중소·중견기업에 대한 물류 지원 서비스를 내달부터 확대한다고 16일 밝혔다. 코트라는 우선 현지 재고 판매를 지원하는 '해

외공동물류센터' 참가기업 수출 현재 837개에서 연내 1280개로 확대할 방침이다.

국제 운송을 지원하는 '물류전문수출 바우처' 지원 대상도 370개로 늘릴 계획이다. 이와 함께 삼성SDS와 손잡고 중소기업 전용 선박 지원 사업을 신규로 추진한다.

/양성운 기자