

# 외국인 관광객 새 핫플 ‘더현대 서울’ 부상… 매출 900% ↑

## 팬데믹 3년… 달라진 상권

현대백 “중화권 등 관광객 늘어 해외패션·명품·뷰티 실적 증가”

BC카드, 명동 외국인 이용금액 2년전 대비 44배, 건수 35배 증가

명동 중소형 화장품 점포 줄고 무인사진 촬영 등 즐길거리 인기



지난 11일부터 중국, 홍콩, 마카오발 입국자의 입국 전 코로나19 검사 의무화 조치가 해제된 가운데 12일 오후 서울 중구 명동거리에서 한 외국인 관광객이 먹거리를 구매하고 있다. /뉴시스

팬데믹 3년 사이 달라진 상권이 해외 여행객들의 발자취에서 나타나고 있다.

코로나19 발생 전인 3년 전과는 여행 문화와 한국의 위상, 상권 내 지형이 사뭇 변화한 만큼 유통가에서는 다양한 대응책 마련에 고심하고 있다.

28일 <메트로 경제>의 취재를 종합해보면, 주요 유통기업에서 외국인 관광객을 기반으로 한 호실적이 속속 나오고 있다. 엔데믹을 맞고서 돌아온 해외 여행객들의 여로(旅路)는 팬데믹 이전과 달라졌다. 가장 눈에 띄는 것은 새로운 핫플레이스의 등장이다.

최근 한국을 찾는 여행객들이 가장 많이 찾는 곳에는 서울 영등포구 여의도 더현대 서울이 있다. 현대백화점그룹에 따르면 이달 1일부터 지난 19일까지

지역 3주간 더현대 서울의 외국인 매출은 전년 동기 대비 900% 늘었다.

현대백화점 관계자는 “엔데믹과 함께 중화권을 비롯해 동남아, 일본 등 외국인 관광객의 방문이 눈에 띄게 증가하고 있다”며 “해외 패션·명품·뷰티 등의 상품군 중심으로 실적이 크게 늘고 있다”고 밝혔다.

더현대 서울은 2021년 2월 처음 문을 연 만큼 최근 외국인 여행객 사이에서 서울 여행에서 가장 인기를 끌고 있다. 특히 지난해 아이돌 보이그룹 ‘스트레이키즈’와 걸그룹 ‘뉴진스’의 팝업스토어를 시작으로 다양한 K팝 아이돌들의 팝업

스토어를 열어 K팝 팬들의 ‘성지’로 꼽히고 있다. 지난달 걸그룹 ‘에스파’가 첫 단독콘서트 기념으로 운영한 팝업스토어에 이르기까지 약 6개 그룹 이상이 팝업스토어를 운영했다. K팝 성지로 뜬 만큼 주로 방문하는 관광객은 K팝에 관심이 많은 미국과 일본, 태국 등 동남아시아 지역 여행객이 주를 이루고 있다.

외국인 고객은 현대프리미엄아울렛에서도 크게 늘었다. 올 1~2월 수도권 현대프리미엄아울렛을 찾은 외국인 방문객 수는 지난해와 비교해 6배 늘어 역대 최다인 10만명을 기록했다. 현대백화점그룹 측은 외국인 관광객 급증에

대해 서울을 비롯한 공항·항구와 가까운 지리적 이점과 더불어 쇼핑 외에 문화·관광 등 콘텐츠가 풍부한 게 주효한 것으로 분석했다.

서울 명동 일대와 같은 전통적인 관광 명소들도 외국인 관광객을 바탕으로 높은 매출을 올리고 있다. BC카드가 밝힌 자료에 따르면 이달 명동 지역 내에서 BC카드 가맹점 외국인 이용금액은 2년 전인 2021년 대비 44배, 이용 건수는 35배, 고객 수는 44배 늘었다.

서울 중구 소공동의 롯데백화점 본점은 1, 2월 동안 외국인 매출이 명품과 해외패션을 중심으로 전년 동기 대비 65% 오른 것으로 나타났다. 잠실점도 41% 늘었다.

CJ올리브영에서도 이달 명동 내 5개 매장의 외국인 매출이 전년 동기 대비 29배, 2019년과 대비해서는 2배 이상 늘어난 것으로 나타났다. 매출 비중은 지난해 12%에서 올해 73%까지 늘었는데 동남아시아, 일본, 미국 순으로 높은 매출이 나타났다.

다만 유통업계가 전하는 외국인 여행객의 여행 스타일은 전과 다소 달라졌다. 각 상권에서 형성됐던 대표적인 여행 스타일이 팬데믹 이후 상권 지형 변

화로 조금씩 변화했다는 설명이다. 대표적인 예는 팬데믹 이전까지 외국인 관광객들은 주로 서울 명동을 많이 찾았으며 구매 물품도 주로 마스크팩 등 화장품이었다.

그러나 최근에는 명동의 중소형 화장품 점포가 모두 철수해 관광객들의 소비지형도 변했다는 것이다. 최근 명동을 찾은 관광객들은 화장품대신 주로 무인사진 촬영 등 무인 점포 등의 새로운 즐길거리를 찾고 있으며 글로벌 스포츠 브랜드의 패션 상품 등을 주로 구입하는 것으로 알려졌다.

유통업계 관계자는 “명동은 최근 임대료가 상승세를 유지하면서 중소형 점포보다는 글로벌 브랜드의 플래그십 스토어들이 홍보를 염두에 두고 점포를 내는 추세”라며 “장기적으로 중국인 관광객 수가 크게 늘면 과거와 같이 화장품이 다시 명동의 대표 쇼핑 상품으로 돌아올 수는 있겠지만 이미 대형 플래그십 스토어들이 중심가를 채우는 만큼 전과는 다른 모습이 될 것”이라고 설명했다. 이어 “명동에만 국한하는 이야기가 아니다. 을지로와 이태원, 종로 등 일대 3년 사이 크게 달라졌다”고 덧붙였다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

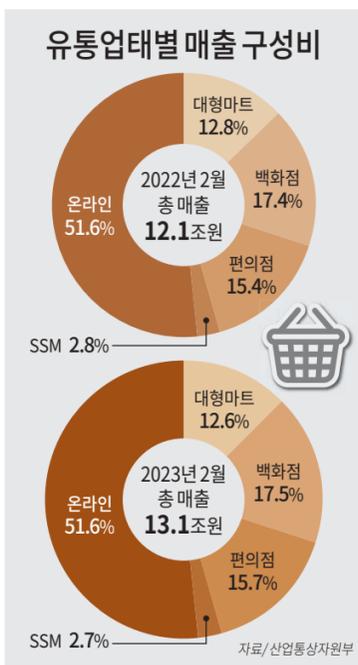
## 지난달 주요 유통업체 매출 13.1조, 7.9% ↑

산업부, 온·오프라인 25개사 조사 설 앞당겨져 영업일수 증가 등 영향

지난달 주요 유통업체 매출이 1년 전보다 7.9% 증가했다. 설 명절이 앞당겨져 영업일수가 증가했고, 작년 오미크론 확산에 따른 기저효과라는 분석이다. 실내 마스크 착용 해지에 대외활동이 증가하며 패션잡화와 스포츠 용품, 해외여행 품목 판매가 전체 매출 상승을 견인했다.

28일 산업통상자원부에 따르면, 올해 2월 주요 유통업체 매출액은 총 13조1000억원 규모로, 전년 동월(12.1조원) 대비 7.9% 늘었다. 주요 유통업체 매출은 주요 온라인 12개사, 오프라인 13개사의 월간 매출액을 조사·분석한 것이다.

설 명절이 전년(2월1일)보다 빠른 1월22일로 앞당겨지면서 영업일수가 증가했고, 작년 오미크론 확산의 기저효과 등의 영향으로 오프라인 매출(6조3300억원)은 8.0%, 온라인 매출(6조



7400억원)은 7.8% 증가했다.

오프라인 유통업체의 경우 대외활동이 증가하며 의류와 스포츠 부문에서

호조세를 보이며 모든 업태에서 매출이 성장했다. 온라인은 해외여행 수요 증가, 공연·행사 활성화 등이 상승세를 주도하며 전체 매출이 커졌다.

온라인 유통업체는 해외여행 수요 증가, 야외활동 증가로 서비스/기타(19.8%)·패션/의류(12.2%)·화장품(11.2%) 매출이 큰 폭으로 성장했으나, 아동/유아(-2.7%)·가전/전자(-0.6%) 부문은 소폭 하락했다.

상품군별로 패션/잡화(13.9%), 서비스/기타(14.4%) 매출은 상승한 반면, 가전/문화(-2.3%), 생활/가정(-0.4%) 매출은 하락했다.

영업일수가 증가하는 등의 영향으로 백화점(14.4%)·편의점(14.7%)을 비롯한 모든 오프라인 매장의 구매건수는 전년 대비 증가했다. 반면, 구매단가는 물가인상 영향으로 대형마트(-0.6%)·백화점(-5.1%)·편의점(-4.0%) 등 대부분 오프라인 매장에서 1년 전보다 감소했다.

/세종=한용수 기자 hys@



이정식 고용노동부 장관이 28일 서울 중구 프레스센터에서 경제 5단체 부회장, 노동 전문가들을 만나 근로시간 개편 등 주요 노동 현안에 대해 논의하고 있다. /고용노동부

## “포괄임금 오남용 ‘무관용 원칙’ 대응”

경제계 만난 이정식 고용부 장관 “개편안 현장 우려 충분히 경청 악용사례 방지 보완방안 마련”

노동계의 ‘주 69시간제’ 장시간 노동 우려 주장에 경영계는 “왜곡”이라며 강한 유감을 표했다. 정부는 소위 ‘공짜야근’이라 불리는 포괄임금제 오남용 등 근로시간 관련 불법·편법 관행을 뿌리 뽑기 위해 ‘무관용 원칙’으로 대응한다는 입장이다. 전문가들은 노사정 모두 장시간 노동문화 개선과 노동시간 단축을 위해 노력할 것을 주문했다.

이정식 고용노동부 장관은 28일 서울 중구 프레스센터에서 경제 5단체 부회장, 노동 전문가들과 간담회를 열어 근로시간 개편 등 주요 노동 현안에 대해 논의했다. 이 장관과 경제계와의 만남은 지난 14일 윤석열 대통령의 근로시간 개편안 보완 지시 후 처음이다.

이 장관은 최근 청년층 MZ 세대를 만나 근로시간 관련 의견을 듣고 있다. 이날 간담회도 포괄임금 오남용 등에 대한 정부의 강력한 대처 입장과 함께 기업 등 경영계 노력을 요청하기 위함으로 풀이된다.

이 장관은 “주 단위 상한 등 근로시간

제도의 경직성 완화와 공짜노동 등 불공정·불합리 관행을 근절한다면 노사 모두 윈윈 할 것으로 기대했다”며 “그러나, 현장에서는 일하는 시간이 오히려 늘어나는 것 아닌가 하는 우려가 있다”고 운을 뗐다.

이어 “정부는 개편안에 대한 현장의 우려를 충분히 경청하고 악용 사례를 방지하는 보완 방안을 마련하고 있다”며 “포괄임금 오남용, 임금체불, 공짜야근 등 불법·편법 관행에는 무관용 원칙으로 강력히 대처하겠다”고 강조했다.

그는 “포괄임금 오남용 등으로 실제 일한 만큼 정당한 보상이 이뤄지지 않는다면 불공정성을 해소할 수 있도록 임금체계를 개편해 달라”며 “투명한 근로시간 기록·관리 확산에도 힘써 달라”고 당부했다.

경제계는 정부의 근로시간 개편안이 ‘주 69시간제’라는 노동계 주장에 대해 반발했다. 이동근 한국경영자총협회 부회장은 “이번 제도 개선의 취지는 근로시간을 늘리지는 것이 아니라 어떻게 시간을 효율적으로 활용할 것인지의 문제”라며 “극단적인 상황을 일반화해 왜곡해선 안 된다”고 목소리를 높였다.

/세종=원승일 기자 won@

## 두산, 127년 역사 ‘헤리티지 1896’ 개관

박정원 회장 “두산그룹 역사 넘어 대한민국 근현대 기업사 조망 공간”

한국에서 가장 오래된 기업인 두산그룹이 127년 역사를 담은 역사관 ‘두산 헤리티지 1896’을 경기 분당 두산타워에 개관했다.

두산그룹은 28일 경기도 분당 두산타워에서 박정원 회장, 박지원 부회장 등

경영진과 신입사원들이 참석한 가운데 그룹 역사관 ‘두산 헤리티지 1896’ 개관식을 열었다. 박정원 회장은 “두산만의 역사를 기념하는 공간이 아니라 대한민국 근현대 기업사와 산업 발전사를 조망할 수 있는 공간이라고 할 수 있다”고 말했다.

두산 헤리티지 1896은 박승직 창업주가 1896년 종로4가에서 ‘박승직상점’을

시작한 시절부터 보존돼 온 다양한 사료를 전시한다. 두산의 시조인 박승직 상점은 당시 베나 무명 같은 옷감을 주로 취급하는 포목상이었다. 포목상으로 출발한 박승직상점은 1920년대 자본금을 늘리면서 주식회사로 개편했는데, 1주당 가격은 50원이었고 1200주가 발행됐다. 역사관에는 당시 발행한 지류형태의 주식증권을 비롯해 회사 현판과 직원명부, 통장, 납세영수증 등 100여 년 전 근대기업 태동기의 사료들이 전시돼 있다. /양성운 기자 ysw@