

‘미래형 점포’ 사업 본격 추진... 쇼핑·문화향유 공간 혁신

정용진의 emart, 생존전략

(下) 고객 중심 매장 전환

체험공간 등 오프라인 강점 극대화
전문점·입점업체 비중 대폭 확대
업계 “유통시장 변화 가져올 것”

‘정용진 호(號)’의 이마트가 공급망 관리(SCM)를 통해 비용 효율화 달성에 박차를 가하면서 함께 꺼내 든 카드는 ‘미래형 점포’를 통한 소비 시장 공략이다.

5일 유통업계에 따르면 이마트는 오프라인에서의 고객 경험 공간을 확대하는 미래형 점포 사업을 본격적으로 확장할 계획이다.

이마트가 제시하는 미래형 점포는 기존 전통적인 대형마트의 틀을 넘어, 고객들에게 다양한 체험과 즐길 거리를 제공하는 복합 쇼핑물 형태의 매장을 의미한다. 이는 오프라인 공간을 혁신해 소비자 유입을 늘리겠다는 전략으로, ‘경험 경제’라는 개념이 그 중심에 자리하고 있다.

경험 경제는 단순히 제품이나 서비스를 제공하는 것을 넘어, 소비자들에게



지난 5월 정용진 신세계 부회장이 인천 연수구 이마트 연수점을 방문해 고객과 사진을 찍고 있다 /뉴시스

기억에 남는 ‘경험’을 선사하며 가치를 창출하는 경제 활동을 뜻한다. 글로벌 시장조사기관 표준 비즈니스 인사이트에 따르면, 글로벌 고객 경험 관리(CEM) 시장 규모는 오는 2032년 약 702억 달러(약 98조4000억 원)에 이를 것으로 전망된다.

이마트의 미래형 점포 역시 이러한 경험 경제 트렌드에 맞춰 기존 마트 공간에 고객 체험 공간을 결합한 하이브리드 콘셉트를 추구한다. 이를 위해 기존 마트를 리뉴얼하면서 마트 공간을 축소하는 대신, 고객 체험 공간과 입점

업체(테넌트)의 비중을 대폭 늘렸다.

대표적인 사례로, 지난해 리뉴얼을 마친 이마트 연수점은 기존 3800평 규모였던 마트 공간을 1600평으로 줄이는 대신, 전문점 및 입점 업체 공간을 1800평에서 3500평으로 확대했다.

당시 이마트 관계자는 “이번 리뉴얼을 통해 오프라인 대형마트의 강점인 그로서리와 체험형 콘텐츠를 강화해 고객이 머물고 싶은 매장으로 혁신하고자 했다”며 “장보기는 물론, 먹고 즐기며 트렌디한 문화를 향유할 수 있는 미래형 이마트로 진화했다는 점에서 큰 의

의가 있다”고 말했다.

이러한 전략은 다른 점포로도 확산되고 있다. 지난 8월 재단장을 마친 이마트스타필드마켓 죽전점이 대표적인 예다. 기존 마트와 함께 북그라운드, 팝업 매장을 통합적으로 선보이며 미래형 점포의 모델을 제시했다. 이 외에도 지난 2023년 운영을 종료한 이마트 성수점은 오는 2027년 새로운 미래형 점포로 재개장을 앞두고 있다.

이마트의 이 같은 전략은 소비 시장에서 긍정적인 성과를 거두고 있는 모양새다. 이마트에 따르면 스타필드마켓 죽전점은 개점 후 지난 8월 31일부터 10월 1일까지 방문 고객 수가 47% 증가했다. 매출 역시 오픈 직후 32일간 지난해 대비 46% 증가했다는 게 회사 측 설명이다.

이 같은 움직임은 유통 시장에 새로운 변화를 가져올 가능성이 크다는 업계 분석이다.

정용진 신세계그룹 회장은 앞서 “우리의 경쟁 상대는 테마파크나 야구장이 될 것”이라고 밝힌 바 있다. 이는 기존의 동일 업종 간 경쟁이라는 전통적인 시장 경계를 넘어, 시장 경계가 허물어지는 새로운 경쟁 패러다임을 시사한 발언으로 해석된다.

다만, 소비 경제가 상품이 아닌 가치 중심으로 변화하는 가운데, 지속 가능한 성장을 넘어 혁신적인 고안책이 필요하다라는 목소리도 나온다.

주부 김 모 씨는 “요즘은 복합 쇼핑물과 마트가 함께 어우러진 곳들이 많다”며 “꼭 이마트가 아니더라도 이미 이 같은 시설이 많아지고 있는 상황에서 굳이 ‘이마트라서 간다’ 이런 생각을 하지는 않는 것 같다. 비슷한 콘텐츠와 문화 시설이 갖춰진 곳이라면 집에서 가까운 곳을 선택하는 편이다”고 말했다. 이어 “무엇보다 소비자가 지갑을 열 수 있는 환경, 경제가 원활하게 돌아가는 것이 관건 아니겠나”라고 말했다.

허경옥 성신여대 소비자학과 교수는 “요즘엔 마트에 꼭 가야지만 살 수 있는 제품들은 거의 없기 때문에 오프라인 상품 판매에만 의존하는 건 쉽지 않을 것”이라며 “지속 가능 성장 전략을 떠나서 소비자 경험 확대 전략으로 이익을 내야 하는 과제는 이제 오프라인 마트들에게 숙명이다”라고 말했다.

또 “주변 입점 업체들과도 상생할 수 있는 점을 고민해야 할 것이고, 무엇보다 소비자 선호를 계속 끌고 갈 수 있는 지점을 고민해야 할 것”이라고 덧붙였다.

/안재선 기자 wotjs4187@metrosoul.co.kr

제네시스, 모터스포츠 공식 참여 럭셔리 넘어 고성능 브랜드 ‘질주’

모터스포츠 프리미어 행사 개최 ‘GMR-001 하이퍼카’ 최초 공개

제네시스 브랜드(이하 제네시스)가 모터스포츠 진출로 브랜드의 격을 한 단계 끌어올린다.

현대차가 양산차 기반 ‘월드랠리 챔피언십’(WRC)에서 우승하며 브랜드 가치를 높인 것처럼 제네시스도 모터스포츠 진출에 나선다. 특히 현대차그룹이 프리미엄 브랜드 제네시스를 내놓으며 글로벌 자동차 시장의 관심을 집중시킨 바 있어 럭셔리 넘어 고성능 브랜드로 거듭날 것으로 전망된다.

제네시스는 4일(현지시간) UAE 두바이에 위치한 아르마니 호텔에서 현대차그룹 CDO(글로벌 디자인 본부장) 겸 CCO(최고 크리에이티브 책임자) 루크 동커볼케 사장, 제네시스사업본부장 송민규 부사장, 현대모터스포츠법인 시릴 아비테탈 법인장 등 주요 관계자가 참석한 가운데 ‘제네시스 모터스포츠 프리미어 행사’를 개최하고, 모터스포츠 참여를 공식 선언했다.

이날 행사에서 제네시스는 내구레이스 중심의 모터스포츠 참가 계획을 발표하고, 레이싱팀 ‘제네시스 마그마 레이싱’을 글로벌 최초로 공개했다. 이와 함께 제네시스만의 고성능 기술력과 미학적 정제성을 집약한 ‘GMR-001 하이퍼카’의 디자인도 첫 선을 보였다.

루크 동커볼케 사장은 “제네시스의 모터스포츠 진출은 브랜드의 자연스러운 진화 과정 중 하나”라며 “매 순간 한



4일(현지시간) 아랍에미리트(UAE) 두바이에 있는 부르즈 할리파 빌딩 야외 전시장에서 열린 ‘제네시스 모터스포츠 프리미어’ 행사에서 제네시스사업본부장 송민규 부사장(왼쪽 첫번째) 등 관계자들이 기념촬영을 하고 있다. /현대자동차그룹

계를 뛰어넘어야 하는 모터스포츠는 우리에게 하이퍼스피드 정신을 가지게 해주면서, 대담하고 진보적인 브랜드를 추구하는 제네시스의 가치와 일맥상통하는 부분이 많기에 앞으로 함께 그려 나갈 미래가 상당히 기대된다”고 말했다.

제네시스는 2026년 월드 인듀어런스 챔피언십, 2027년 웨더텍 스포츠카 챔피언십 등 양대 내구 레이스 선수권에 각각 차량 2대로 참가해, 우수한 고성능 차량 개발 기술력을 선보여 나갈 계획이다.

제네시스는 최고 등급 하이퍼카 클래스인 ‘르망 데이토나 하이브리드(LMDh)’ 기반의 프로토타입을 개발해 출전할 예정이다. 르망 데이토나 하이브리드는 FIA와 IMSA가 공동으로 만든 레이스카 제작 규정으로, 해당 차량은 WEC와 WTSCC에 모두 참여 가능하다.

제네시스는 LMDh 기반의 프로토타입 제작 시 세계적인 레이스카 제조사 오레카와 협업을 진행하는 등 보다 경쟁력 있는 차량 제작을 위해 노력해 나간다는 방침이다.

이와 더불어 레이싱팀 ‘제네시스 마그마 레이싱’도 함께 공개했다. 제네시스는 소속 드라이버 안드레 로테러와 루이스 펠리페 데라니를 소개했다. 안드레 로테러는 지금까지 출전한 대회에서 총 84회 우승과 166회 포디움에 올라간 이력이 있으며, 루이스 펠리페 데라니는 2016년 데이토나 24시, 세브링 12시 대회를 동시에 석권해 뛰어난 실력을 갖춘 선수로 평가받고 있다.

한편 제네시스는 2026년 WEC 본격 진출에 앞서 세계적인 레이싱팀 IDEC 스포츠와 협업체 2025년 유러피안 르망 시리즈 LMP2에 시범 출전할 예정이다.

/양성운 기자 ysw@

정치 테마주 급부상... 상한가-급락 혼조

증시, 대통령 비상계엄 파장 지속

윤석열 대통령의 ‘12월 4일 비상계엄 선포’ 여파가 국내 증시에 연일 영향을 미치고 있다.

특히 정치 불확실성이 높아지자 ‘밸류업 관련주’는 떨어지고 정치 테마주는 상한가를 기록하거나 급락을 기록하는 등 혼조세를 보이며 증시 변동성을 높이는 중이다.

5일 한국거래소에 따르면 ‘코스피 200 금융 고배당 TOP10 지수’는 전일보다 4.74%나 하락하며 장중 1478.29에 거래됐다. 특히 금융 대장주인 KB금융은 전일 대비 9.64%나 하락하며 8만6200원에 거래되기도 했다.

반대로 정치인 테마주는 혼조세를 보였다. 전일에는 유력 대선 후보로 거론되는 정치인 관련 테마주들이 모두 오르는 모습을 보였지만, 이번 계엄령 사태 이후 윤 대통령에 탄핵에 대한 입장이 엇갈리면서 정치 테마주 흐름도 엇갈린 모습이다.

탄핵에 찬성하는 입장을 피는 이재명 더불어민주당 대표 측의 테마주는 이틀째 상한가를 기록 중이다.

5일 오후 2시 47분 기준 동신건설의 주가는 전일 대비 29.83%(8100원) 오른 3만5250원에 거래됐다. 동신건설의 본사는 이 대표 고향인 경상북도 안동에 있어 이재명 테마주로 불린다.

또 다른 이재명 테마주로 꼽히는 에이텍도 전일 상한가를 기록하고 이날도 전일 대비 5080원(27.06%) 상승하며 2만3850원에 거래됐다. 에이텍은 이 대표가 성남시장이던 시절에 성남 창조경영자 포럼의 운영위원을 맡았

던 신승영 씨가 최대주주로 있는 기업이다.

반면 한동훈 국민의힘 대표 관련주는 급락 중이다.

한 대표 테마주로 분류된 대상홀딩스는 전일 대비 12.07%(1310원) 하락하는 모습을 보였다. 계엄 해제 당일 주가는 2500원이나 상승하며 급등세를 보이지만 한 대표가 윤 대통령의 탄핵을 반대하면서 하락세로 전환했다. 대상홀딩스의 경우는 배우 이정재와 한 대표가 친구 사이로 알려지면서 이정재의 연인 임세령 대상홀딩스 부회장이 2대주주라는 점이 주가에 영향을 미쳤다.

덕성도 이날 전일 대비 1120원(-14.95%) 하락했는데, 덕성의 경우는 덕성은 대표와 사외이사가 한 대표와 서울대 법대 동문이어서 ‘한동훈 테마주’로 분류됐다.

이에 이복현 금융감독원장은 “이상 징후를 보이는 정책·정치 테마주에는 정밀 분석을 실시하고, 투자자 피해 우려 시 소비자경보를 발령하겠다”고 강조하며 정치 테마주에 대한 투자 유의를 당부했다.

증권가는 정치 테마주로 인한 변동세가 오래가지 않을 것으로 봤다. 한지영 키움증권 연구원은 “미국과 달리 국내 증시는 초유의 정국 혼란을 겪으면서 어려운 환경에 직면해 있다”며 “다만 국내 정치 리스크가 주식, 채권, 외환 등 국내 금융시장에 미치는 영향력은 제한적이며 지속성도 길지 않고, 금융시장 가격 변화를 만들어낸 본질적인 요인들은 증시 펀더멘탈, 매크로에 좌우된다는 점을 되새겨 볼 필요가 있다”고 밝혔다.

/허정윤 기자 zelkova@