

외국인 관광객 증가에도 매출 ‘뚝’… 면세점, 체질변화 시급

5월 면세점 소매판매액 16% ↓
소비패턴 고가→저가중심 변화

신라·롯데, 中 여유그룹과 맞손
3분기 무비자 시행, 고객유치 나서

지난 5월 면세점 소매판매액이 올해 들어 다시 한 번 크게 내려앉은 것으로 나타났다.

오는 하반기 면세점이 활기를 되찾을 것이라는 기대가 나오지만, 외국인 소비 트렌드마저 명품에서 저가로 옮겨가면서 만성 불황을 타개하기 위한 업계 방안이 필요하다는 목소리가 나온다.

30일 통계청 산업활동동향에 따르면, 국내 주요 면세점의 지난 5월 소매판매액이 전년 동기 대비 16.1% 감소한 것으로 나타났다. 소매판매액은 최종 소비자에게 직접적으로 판매된 상품의 총금액을 일컫는다.

타 유통업과 비교해도 눈에 띄는 감소세다. 같은 기간 백화점(+0.6%), 대



인천국제공항 내 면세점 구역에서 공항 이용객이 면세점을 지나고 있는 모습. /뉴시스

형마트(-2.0%), 슈퍼마켓·잡화점(-0.7%), 편의점(-0.1%)은 1~2%대 수준에서 증감률을 보인 반면, 면세점만 10%대가 넘는 감소세를 보인 것이다.

상반기 월별로 살펴봐도 큰 폭의 하락세다. 지난 1월 전년 동월 대비 면세점 소매판매액 40% 감소하며, 비상계

업에 따른 방한객 감소, 내수 위축 등으로 최대 낙폭을 기록했다. 이후 2월 9.3%, 3월 -8.6%, 4월 -5.2% 증감을 이어오다 5월 -16.1%로 1월 이후 다시 한번 크게 주저앉았다.

국내 면세업계는 이같은 침체된 분위기에서 벗어나기 위해 중국 면세업체들

과 손을 잡고 있다.

대표적으로 신라면세점은 이달 중국 면세점 그룹을 운영하는 중국여유그룹과 글로벌 면세 활성화를 위한 협력 및 교류 확대에 나섰다. 롯데면세점 역시 같은 달 중국여유그룹 임원진을 만나 면세사업 활성화를 위한 비즈니스 미팅을 가졌다.

특히, 신라면세점과 롯데면세점 등은 오는 3분기 중국 단체 관광객에 대한 한시적 무비자 입국 정책이 시행되는 시점을 기준으로, 중국 단체 및 개별 관광객 유치를 위해 적극 나선다는 방침이다.

다만, 면세점 매출 감소의 대표적인 요인 중 하나로 외국인들의 소비 패턴 변화가 거론되면서, 단순 방한객 유치 전략만으로는 부족하다는 목소리가 나온다.

국내를 방문하는 외국인 관광객들의 소비 패턴은 고가에서 저가 중심으로 변화하고 있다. 과거 면세점에서 명품을 사던 외국인 방문객들이 이제는 올

리브영, 다이소 등을 방문하면서 저가형 소비를 추구하고 있는 것이다.

실제 하나카드 외국인 이용 데이터 분석 결과, 지난해 올리브영 방문객은 전년 대비 77% 늘었으며, 다이소의 경우 이용자 수가 46% 증가했다.

일각에서는 면세업계 내부에서 근본적인 마케팅 체질 변화가 필요하다는 목소리가 나온다. 더 이상 방한객 수가 면세점의 매출을 좌지우지하는 요인이 되지 않는다는 것이다.

업계 관계자는 “아무리 한국을 방문하는 외국인이 많다고 하더라도, 소비 트렌드 자체가 변화해 외국인 소비층을 다른 채널로 뺏기게 된다면 중장기적으로 면세점 매출 구조는 불안해질 수밖에 없다”고 지적했다.

한편 한국관광공사에 따르면, 면세점 소매판매액이 1월 이후 상반기 가장 크게 떨어진 지난 5월, 오히려 방한 외국인 관광객은 163만명으로 전년 대비 14.9% 증가했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

롯데마트, 조각과일 갈변 막고 맛 잡았다

신선도 유지 자체 기술 ‘프레쉬 L’
품질관리팀·과일팀MD 공동개발

롯데마트·슈퍼가 조각 과일 신선도 유지를 위해 ‘프레쉬 L(Fresh L)’ 기술을 자체 개발해 선보인다고 30일 밝혔다.

프레쉬 L은 롯데 중앙연구소, 롯데 신선품질혁신센터, 롯데마트·슈퍼 품질관리팀, 과일팀 상품기획자(MD)가 공동 개발한 신기술이다.

기술 핵심은 사과, 배 등 조각 과일의 갈변 현상을 억제하면서도 원물의 풍미를 유지하는 데 있다. 통상적으로 조각 과일의 갈변을 막기 위해, 비타민C 기반 신선도 유지제에 과일을 일정 시간 담근 뒤, 표면에 얇은 보호막을 형성한다. 갈변 방지에는 효과적이거나, 성분 특유의 산미로 원물의 풍미가 저하되는 한계점이 있다.

이를 막고자 롯데마트·슈퍼는 비타



롯데마트 제티플러스 서울역점 간편과일 매대에서 조각 과일을 구매하는 고객 모습. /롯데마트

민C의 함량을 줄이면서 갈변을 방지하는 최적의 환경을 연구했다. 약 6개월 동안 1000여 회의 표본 테스트를 거쳤으며, 성분 분석 및 오감을 활용한 관능 평가, 시간에 따른 변화를 평가하는 경시 테스트 등을 진행했다.

롯데마트·슈퍼 이규원 과일팀 상품

기획자(MD)는 “조각 과일을 찾는 고객이 간편함을 위해 맛을 포기해야 하는 일이 없도록 기술 개발에 힘썼다”며 “앞으로도 고객에게 가장 완벽한 과일을 제공할 수 있도록 지속적인 품질 혁신을 시도할 계획”이라고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@

하이트진로, 英 미식 축제서 큰 인기

‘진로 디스커버리 바’ 1만명 이상 방문

하이트진로가 영국 최대 미식 축제인 ‘테이스트 오브 런던(Taste of London) 2025’에 참가해 현지 소비자들에 큰 주목을 받았다고 30일 밝혔다.

‘테이스트 오브 런던’은 매년 6월, 런던 중심부 리젠트 파크(Regent’s Park)에서 열리는 영국 최대 규모의 푸드 페스티벌이다. 지난 18일부터 22일까지 5일간 열린 올해 행사에는 런던을 대표하는 레스토랑과 세계 각국의 요리, 미술품 세프의 쿠키쇼, 다양한 주류 브랜드가 한자리에 모였다.

하이트진로는 이번 행사 기간 동안 단독 부스인 ‘진로 디스커버리 바(JINRO Discovery Bar)’를 운영하며 런던 소비자에게 한국 대표 소주 브랜드의 독창성과 매력력을 선보였다. 과일리큐르와 참이슬을 활용한 시음 체험과 세계적인 바텐더 및 아티스트와의 협업을



하이트진로, 테이스트 오브 런던 2025 단독 부스 운영 현장.

통해 브랜드 체험 중심의 마케팅을 전개하며 현지인의 큰 호응을 얻으며, 행사 기간 동안 약 1만여 명이 몰리며 큰 인기를 끌었다.

특히 JINRO는 행사장 내 소비자들과 주요 인플루언서들 사이에서 ‘새로운 음료 트렌드’로 언급되며, 행사 부스 중 ‘가장 주목받은 신규 부스’ 중 하나로 주목받았다.

/이세경 기자 seilee@

롯데백 ‘스노우구스 바이 캐나다구스’ 공개

한정 기획상품 국내최초 단독공개
대표제품 벨로 파카·엣지 팬츠 등

롯데백화점 본점이 캐나다구스의 ‘스노우구스 바이 캐나다구스’ 한정 기획상품을 국내 최초로 공개한다고 30일 밝혔다.

스노우구스 바이 캐나다구스는 세계적인 디자이너 하이더 아커만이 참여해 선보이는 첫 여름 시즌 제품군으로, 전 세계 일부 매장에서만 선보인다.

국내에서는 롯데백화점 본점이 유일하게 단독 판매에 나선다.

롯데백화점이 세계 최초로 남성과 여성 이원화 매장을 구현해, 캐나다구스가 추구하는 브랜드 철학을

가장 잘 보여주고 있다는 점에서 높은 평가를 받았다는 게 회사 측 설명이다.

대표 제품으로는 라이더 파카를 재해석한 ‘벨로 파카’, 넉넉한 주머니 크기가 특징인 ‘엣지 팬츠’, 독창적인 그래픽이 돋보이는 ‘메사 반팔 티셔츠’ 등이 있다.

롯데백화점 이승원 럭셔리 디자이너 팀장은 “하이더 아커만 캡슐 컬렉션의 본점 단독 유치로 또 한 번 국내 최고의 K 리테일러로 위상을 증명했다”라며 “사계절 럭셔리 웨어 브랜드로 탈바꿈 중인 캐나다구스의 미래를 가능할 수 있는 특별한 캡슐 컬렉션이 될 것”이라고 밝혔다.

/안재선 기자

CU-카카오페이 편의점 충전·출금 서비스

편의점 CU가 업계 최초 카카오페이와 손잡고 ‘편의점 현금 충전 및 출금 서비스’를 개시한다고 30일 밝혔다.

이번 서비스는 CU에 방문한 고객이 카카오페이가코드를 제시하고, 충전할 금액을 현금으로 지불하는 방식으로 운영된다. 한 번에 최대 10만원까지 충전할 수 있으며, 1회 최대 출금 액수는 3만원이다.

충전한 금액은 온라인과 오프라인에서 모두 사용할 수 있다. 오프라인에서는 실물 카드나 애플리케이션 바코드를 통해 결제하면 된다. 이번 신규 서비스는 현금으로 용돈을 받아 사용하는 10대 고객의 간편 결제 요구를 충족하기 위해 기획됐다.

/안재선 기자

롯데칠성음료, 플라스틱 감축 등 성과 공개

‘2024 지속가능성보고서’ 발간

롯데칠성음료가 2024년의 ESG 경영 성과와 미래 실현 전략을 담은 ‘2024 지속가능성보고서’를 발간했다.

이번 보고서는 국내외 ESG 동향 대응과 추진 성과를 투자자 및 이해관계자들에게 공개하고자 작성된 것으로 ▲기후변화 위험 및 기회 분석, ▲플라스틱 감축 이행, ▲인권영향평가 실시와 같은 중대 이슈관리 방안 및 성과 등을 담았다. 특히 올해는 외부기관의 컨설팅 없이 보고서를 자체 제작해 내부 구성원들의 ESG 데이터 관리 및 시스템 구축 역량을 강화했다.

롯데칠성음료는 기후 변화가 미치는

잠재적 재무 영향과 시나리오를 지속가능성보고서에 공개하고 음료, 주류 11개 공장 등 사업장별 위험 및 기회 요소의 모니터링을 통해 전사적인 위험 관리 통합 프로세스를 수립했다.

또한 사외이사로 구성된 ESG위원회로부터 ‘2030 플라스틱 감축 로드맵’의 검토 및 승인을 받아 2030년까지 석유에서 추출된 원료로 만들어진 신재 플라스틱 사용량을 2023년 대비 20% 줄여 나갈 계획을 밝혔다.

롯데칠성음료는 국내 전 사업장과 해외 PCPPI(필리핀팩시)의 인권영향평가를 실시하고 인권경영체계 구축을 위해 연도별 개선 목표를 수립했다.

/이세경 기자