

대기업 공세에 밀려난 ‘향토 백화점’… 지역 상권서 잇단 퇴장

대구백화점 매각 기업경영 마침표
초대형 거점 점포로 양극화 심화
대기업 3사, 지방 상권 잠식 가속
명품·자본력 격차에 경쟁력 추락

지역 거점 향토 백화점들의 몰락이 가속화되고 있다. 막강한 자금력과 명품 브랜드 유치력을 무기로 내세운 대기업 3사(롯데·신세계·현대) 백화점이 지방 상권을 빠르게 점령하면서, 오랜 기간 지역 경제의 중심축 역할을 담당했던 향토 백화점들은 설 자리를 잃고 역사 속으로 사라지는 모양새다.

22일 금융감독원 전자공시시스템(DART)에 따르면 세경인베스트와 아람코리아는 지난 15일 대구백화점 최대주인 구정모 회장 등 7명이 보유한 보통주 약 279만5000주(지분율 25.82%)를 인수하는 주식매매계약(SPA)을 체결했다. 세경인베스트는 서울 소재 투자자문·컨설팅 기업이며, 아람코리아는 부동산 개발·공급 사업을 영위하는 업체다.

대구백화점(대백)은 1944년 대구상회로 시작해 80년이 넘는 세월 동안 사랑받은 대구·경북 지역의 향토 백화점이다. 그러나 이번 매도를 통해 창업주 구본홍 명예회장 시절부터 2대째 내려오던 기업 형태의 경영 체제가 마침내 마침표를 찍게 됐다.

한때 대백의 위상은 대단했다. 1969년 대구 중구 동성로 본점 개점을 시작으로 국내 첫 정찰제 판매와 신용 판매 제도를 도입했으며, 1993년에는 대백프라자를 열며 지역 유통의 맹주로 군림했다. 1999년에는 지방 백화점 최초로 단일 점포 연 매



대구백화점 본점의 모습. 대구백화점은 한때 단일점포로 전국 매출 7위까지 올랐지만 최근 서울 소재 투자자문·컨설팅 기업과 부동산 개발 기업에 지분이 매각됐다. /뉴시스

출 3000억 원을 돌파해 전국 7위에 올랐고, 2002년에는 매출 6900억 원, 영업이익 880억 원이라는 사상 최대 실적을 달성하기도 했다.

그러나 2000년대 들어 롯데백화점 대구점을 시작으로 현대백화점, 신세계백화점 등 대기업 유통 공룡들이 상권에 잇따라 출점하면서 거센 풍파를 맞이했다. 특히 2016년 동대구역사에 들어선 신세계백화점이 롤렉스, 에르메스, 샤넬, 루이비통 등 이른바 ‘명품 빅3’를 싣아하며 거대한 집객력을 과시하자 대백의 입지는 좁아질 수밖에 없었다. 2016년부터 8년 연속 적자를 기록한 대백은 결국 2021년 개점 52년 만에 동성로 본점의 문을 닫았고, 이번 경영권 매각으로까지 이어졌다.

이러한 향토 백화점의 잔혹사는 대구만의 일이 아니다. 1990년대 후반 외환위기(IMF) 파고를 기점으로 대전의 동양백화점, 부산의 태화·미화당·유나백화점, 광주의 화나백화점 등이 연달아 쓰러지며 대

기업 간판으로 바뀌거나 폐업했다. 전성기 시절 대구백화점과 겨룰 정도였던 대전 지역의 향토 백화점이었던 세이백화점 또한 경영 실적 악화 끝에 결국 2022년 매각됐고 2024년 5월 문을 닫았다. 세이백화점은 주거시설로 개발이 한창이다. 서울 동작구의 터줏대감이었던 태평백화점 역

시 대기업의 공세를 버티지 못하고 2021년 30년 역사의 문을 닫았다. 태평백화점은 판매시설·공공청사·오피스텔이 포함된 복합건물로의 개발을 목표로 하고 있다. 이로써 전국 어디에서도 단일 자본으로 운영되는 지역 향토 백화점의 성공 사례를 찾아보기 어렵게 되었다.

지역 백화점 몰락의 근본적인 원인은 대기업과의 극심한 자본력 및 브랜드 유치력 격차가 꼽힌다. 오늘날 오프라인 쇼핑 공간은 단순한 상품 구매를 넘어 문화, 휴식, 팝업스토어 등 다양한 ‘체험’을 제공하는 복합 문화 공간으로 진화했다. 그러나 막대한 자본이 들어가는 오프라인 매장 리뉴얼과 플랫폼 개발, 이커머스 전환 등은 독자적인 지방 유통기업이 감당하기엔 역부족이었다. 여기에 브랜드 점포 총량제를 적용하는 글로벌 명품 브랜드들이 거점형 대형 점포에만 입점하는 경향이 심화되면서 명품 라인업을 갖추지 못한 중소 백화점의 경쟁력은 급격히 추락했다.

실제로 최근 백화점 시장은 매출 1조 클럽’을 달성하는 초대형 거점 점포들과 매출 부진에 허덕이는 중소형 점포 간의 양극화가 극에 달하고 있다. 대기업 3사조차 매출 하위권 점포나 효율성이 떨어지는 중소형 매장은 폐점하거나 아울렛 및 복합몰 형태로 간판을 바꿔 달며 구조조정에 속도를 내는 실정이다. 대형 유통 기업들마저 초대형 거점 매장 위주로 전략을 수정하는 상황에서, 홀로 고군분투하던 지역 향토 백화점들의 쇠되는 피할 수 없는 수순인 셈이다.

이은희 인하대 소비자학과 교수는 “백화점 시장이 프리미엄 중심으로 재편되는 상황에서 지방은 이를 뒷받침할 소비 기반이 수도권보다 약하다”며 “향토 백화점이 살아남기 위해서는 대전 성심당처럼 전국 단위의 집객력을 갖춘 차별화된 콘텐츠를 확보해야 한다”고 말했다. /김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



“노란봉투법 혼선 없도록 세부 기준 조속히 정비”

김영훈 노동장관 기자 차담회
성과급·투자계획 쟁의 여부 구체화
시행령·행정지침 보완해 혼선 차단

정부가 이른바 ‘노란봉투법’ 관련한 세부 기준을 최대한 빨리 정비하겠다는 입장을 내놨다. 세부 기준은 개정 노동조합법의 노동쟁의 대상에 대한 행정지침 및 시행령 등을 가리킨다.

김영훈 고용노동부 장관은 22일 세종청사에서 기자들과 만나 “대통령 지시사항이기 때문에 당연히 우리가 이행해야 하는 것”이라며 “시행 초기에 발생할 수 있는 혼선이나 오해가 없도록 빠르게 진행하겠다”고 말했다.

앞서 이재명 대통령은 21일 열린 국무회의에서 삼성전자 초기업노조가 호남반도체 투자계획을 노사 교섭 의제로 다루겠다고 밝힌 것을 언급한 바 있다.

이 대통령은 “광주 군공항에 반도체 공장을 만든다고 하니까 노조에서 ‘노사 협상을 해야 할 대상이고 노동쟁의 대상이 된다’고 주장하고 있다”며 “이런 식으로 하면 끝이 없다”라고 지적했다.

또 영업이익의 일정 비율을 성과급으로 배분하는 문제에 대해 “이게 과연 쟁의 대상인가”라며 “저 같은 경우엔 아닌 쪽이 더 높다고 생각한다. 노동쟁의 대상이 너무 광범위하게 확장되는 것 같

다”고 말했다.

이 대통령은 “1차 기준은 입법으로 정하지만 그 입법 기준을 구체화하는 것은 행정부의 몫”이라고 못 박았다. 이어 “시행령과 대통령령, 시행규칙, 노동부 지침 등을 명확하게 정해 놓으면 좋겠다”고 했다.

이에 노동부는 기존 시행령과 해석지침을 토대로 사업경영상 결정이나 성과급 배분 등이 노동쟁의 대상에 포함되는지를 보다 명확히 판단할 수 있도록 관련 기준을 보완해 나갈 방침이다.

김 장관은 “법 시행 100일이 지난 후 내부적으로 검토하고 있지만, 현장에서 법이 어떻게 안착되고 있는지 좀 더 면밀히 살펴보겠다”며 “삼성전자 초기업노조 주장 같은 문제도 있으니 현장 노사에 법 제도에 취지나 이런 것들을 더 설명할 수 있는 자료들도 만들겠다”고 말했다.

인공지능(AI) 전환으로 발생하는 성과를 청년과 미조직 노동자 등을 위한 새로운 사회제도에 활용해야 한다고도 했다.

AI가 사회제도의 근본을 바꾸고 있는 상황에서 새로운 사회제도를 발명해야 한다는 게 김 장관의 견해다. 그는 “기술만 혁신할 것이 아니라 제도도 혁신해야 인간을 위한 AI라는 대명제를 달성할 수 있다”고 했다. /세종=김연세 기자 kys@



Fighting!

**생명보험이
100세 시대를 뛰는
당신의 삶을 응원합니다.**

**위기가 왔을 때 가장 빛을 발하는 금융,
생명보험으로 준비하세요!**

100세 시대를 맞이하여 종신까지 든든한 생명보험이 삶의 여유를 드립니다.
혜택도 보장도 평생 든든한 생명보험이 함께 합니다.