

K-유통, 동남아 사업·출점 속도… 내수산업 한계 넘는다

롯데 백화점 등 70여개 점포 운영
신세계 주요국 프랜차이즈 사업 확대
무신사 인니·베트남 시장 정식 진출
GS25 베트남 편의점 브랜드 2위

내수 시장의 성장 한계에 직면한 국내 유통업체가 동남아시아로 사업 영역을 넓히고 있다. 높은 젊은층 비중과 경제 성장세에 K컬처 선호도가 더해진 동남아를 새로운 수익원으로 삼고 K푸드·K패션·K뷰티를 앞세워 시장 공략에 나서 는 모습이다.

23일 <메트로경제 신문> 취재에 따르면 롯데·신세계 등 대형 유통그룹을 비롯해 무신사와 GS25, 이마트24 등 국내 주요 유통 기업들은 동남아 점포를 잇달아 확대하고 있다. 단순 상품 수출을 넘어 현지 기업과의 파트너십, 프랜차이즈, 직접 출점 등을 통해 유통망을 구축하고 현지화 전략을 강화하고 있다.

롯데는 2013년 인도네시아에 백화점 롯데쇼핑 에비뉴(Lotte Shopping Avenue)를 열어 현지 시장에 진출했다. 2026년 기준 백화점 4개점, 롯데마트 65개점 등 70여 개 점포를 운영하고 있다.

최근 롯데마트는 베트남 남부 중심의 기존 점포망을 넘어 북부 주요 산업도시 박장시에 현지 17호점인 박장점을 열었다. 매장 면적의 89%를 먹거리로 채운 그



롯데마트 베트남 박장점.



신세계 팩토리스토어 해외 프랜차이즈 1호점 전경. /신세계백화점



베트남 GS매장 전경.

/GS25

로서리 전문 모델을 적용하고 자체 신선 브랜드 '프레시 365'와 1300여 종의 K푸드를 선보였다. 남부 띠아닌점에 이어 북부 박장점까지 출점하면서 베트남 내 사업 영역을 넓히고 있다.

신세계그룹 계열사들도 동남아 진출에 속도를 내고 있다. 신세계는 국내 중소 브랜드의 해외 판로를 지원하는 동시에 라오스를 발판으로 태국과 베트남 등으로 프랜차이즈 사업을 확대할 계획이다.

신세계백화점은 라오스 수도 비엔티안의 콕콕매가몰 싸뚜사이점에 오프프라이스 매장 '신세계 팩토리스토어' 해외 프랜차이즈 1호점을 열었다. 현지 기후를 고려해 여름 상품 비중을 80%로 구성하고 키르시, 카바넷 등 K패션과 조선미녀, 스킨1004 등 K뷰티 브랜드를 배치했다. 신세계인태내셔널의 뷰티 브랜드 어뮤즈도 태

국 방콕 센트럴 랏프라오에 2호점을 열고 팝업스토어 운영과 H&B 매장 입점을 추진하며 현지 점점을 늘리고 있다.

패션 플랫폼 무신사도 필리핀과 인도네시아에 이어 베트남 시장에 정식 진출했다. 베트남 대형 유통기업 IPPG의 계열사 ACFC와 독점 유통 계약을 맺고 '무신사 스탠다드' 오프라인 매장을 호치민 등 주요 도시에 순차적으로 선보일 예정이다. 최근 3년간 베트남 온라인 거래액이 연평균 약 40% 증가한 만큼 ACFC의 유통망을 활용해 온라인에서 확인한 수요를 오프라인으로 확대한다는 전략이다.

K편의점의 진출도 활발하다. 2018년 베트남에 진출한 GS25는 현지 맞춤형 K푸드와 가맹사업 확대를 통해 올해 6월 말 기준 443개 점포를 확보했다. 현재 남부 베트남 1위이자 전국 2위 편의점 브랜드

로 자리 잡았다.

이마트24는 말레이시아, 캄보디아, 인도 등에 마스터프랜차이즈 방식으로 진출하고 있다. 캄보디아에서는 K푸드 중심의 즉석 먹거리가 전체 매출의 40%를 차지하고 있으며 점포 수도 31개까지 늘었다. 일평균 매출은 사업 초기보다 41% 증가했다. 이마트24는 라오스 신규 계약과 인도 2호점 출점 등 시장을 다변화하는 한편 캄보디아 점포를 향후 200개까지 확대할 계획이다.

국내 유통업체가 동남아로 향하는 배경에는 포화된 국내 오프라인 시장과 K컬처 확산이 자리 잡고 있다. 저출생·고령화와 소비 침체로 내수 시장의 추가 성장이 제한적인 가운데 젊은 인구와 경제 성장세를 갖춘 동남아가 새로운 수익처로 부상한 것이다.

현지의 높은 한국 문화 선호도도 유통기업의 진출을 뒷받침한다. 문화체육관광부와 한국국제문화교류진흥원의 '2026 해외 한류 실태조사' (2025년 기준)에 따르면 30개국 한류 경험자 2만7400명의 한류 호감도는 평균 69.7%였다. 필리핀은 87.0%, 인도네시아는 82.7%, 태국은 79.4%로 동남아 주요국의 호감도가 두드러졌다.

콘텐츠별 인기도는 K푸드 55.1%, 음악 54.0%, 뷰티·화장품 52.6% 순이었다. 실제 이용 경험률도 음식 78.0%, 영화 77.9%, 드라마 72.9%, 음악 71.9%, 뷰티·화장품 61.8%로 나타났다. 국내 유통 기업들은 이 같은 한류 수요를 기반으로 K푸드·K패션·K뷰티를 현지 소비로 연결하는 전략을 강화하고 있다.

/김서현 기자



seoh@metroseoul.co.kr

metro

>> 1면 '연속인상 vs 숨 고르기'서 계속

LIG D&A “임원 뇌물 혐의, 한국형 전자전기 사업 연관성 없어”

방위사업 입찰 비리 의혹

입장문 통해 임원 기소에 유감 표해
수주 과정 인과관계 등 주요쟁점 부상

구분상 회장이 이끌고 있는 LIG그룹이 방위사업 입찰 비리 의혹이라는 악재에 직면했다.

LIG 디펜스&에어로스페이스(LIG D&A)는 검찰의 임직원 뇌물혐의 기소와 관련, 총사업비 1조7000억원 규모의 한국형 전자전기 체계개발 사업 수주 사이에 연관성이 없다고 선을 그었다. 특히 검찰이 조작된 선행기술 평가가 본사업 수주의 밑거름이 됐다고 판단한 것과 정면으로 배치되는 주장을 고수해 향후 법원 판결에 대한 업계 관심이 집중되고 있다.

23일 업계에 따르면 LIG D&A는 지난 21일 입장문을 내고 임직원 기소에 유감



LIG D&A 판교하우스 외경. /LIG D&A

을 표하면서도 “법적인 절차를 통해 구체적인 사실관계가 가려지고 의혹이 해소되기를 바란다”고 밝혔다.

앞서 수원지검 방위사업·산업기술범죄 수사부는 방위사업청 소속 5급 공무원을 뇌물수수 혐의로, LIG D&A 임원을 뇌물공여 혐의로 각각 구속기소했다. 하청업체 대표와 LIG D&A 관계자 등 4명도 불

구속 상태로 재판에 넘겼다.

검찰은 해당 공무원이 2021년 말부터 지난해 말까지 915억원 규모의 6개 방위사업 제안서 평가에 참여하면서 LIG D&A에 유리하도록 점수를 조작했다고 보고 있다. 핵심 쟁점은 이 같은 평가 조작과 지난해 12월 LIG D&A가 수주한 한국형 전자전기 사업의 연결고리다. 검찰은 특혜가 제공된 6개 사업 중 3개가 전자전기 사업의 핵심 또는 관련 선행기술이라고 판단했다. 결국 조작된 선행기술 평가가 1조7000억원 규모 본사업 수주에 영향을 줬다는 논리다.

LIG D&A는 이를 강하게 부인했다. 회사 측은 해당 공무원이 평가한 과제들이 전자전기 체계개발의 핵심기술요소(CTE)와 연관성이 없고, 적용 대상 무기체계 역시 전자전기가 아니라고 주장했다. 따라서 일부 과제를 전자전기 사업의 선

행 핵심기술로 규정하는 것 자체가 사실과 다르다는 설명이다.

본사업 평가의 공정성에도 선을 그었다. LIG D&A는 해당 공무원이 전자전기 사업 평가위원으로 참여하지 않았으며, 회사가 공정한 평가를 거쳐 경쟁사와 큰 점수 차로 선정됐다고 강조했다.

이에 따라 검찰의 판단이 법원에서 어떤 결론으로 이어질지는 아직 미지수다. 향후 재판에서는 선행기술 과제와 전자전기 사업의 기술적 연관성, 평가 결과가 실제 본사업 선정에 미친 영향, 뇌물과 수주 과정의 인과관계 등이 주요 쟁점으로 부상할 전망이다. 검찰과 LIG D&A의 주장이 정면으로 엇갈린 만큼, 향후 법정에서 양측의 '수주 연결고리'를 둘러싼 공방이 치열해질 것으로 보인다.

/양성운 기자 ysw@



metro

北, 장마당 등 비공식 부문 소득 양극화 심화

가뭄·전력난 등 경제충격 영향

북한이 2014~2015년 가뭄과 전력난, 대(對)중 수출 급감이 겹친 경제충격을 겪은 뒤 장마당 등 비공식 부문의 소득 양극화가 뚜렷하게 심화했다.

23일 한국은행 경제연구원이 발간한 BOK경제연구 '준시장화 아래 경제충격과 소득 양극화: 북한 사례' 보고서에 따르면 2015~2019년 북한의 비공식소득 양극화는 2011~2014년보다 통계적으로 유의하게 확대됐다.

조용신 한은 경제연구원 경제안보연구실 부연구위원은 서울대 통일평화연구원이 지난 2011~2020년 실시한 북한이탈주민 설문조사를 활용했다.

보고서는 북한 경제가 2014~2015년 식량과 전력, 외화 부문에서 동시에 충격을 받았다고 분석했다. 지난 2014년 농작물 생육기인 5~8월 북한 전역의 강수량은 전년보다 53.2% 감소했다. 최대 곡창지대인 황해도 강수량도 34.8% 줄었다. 이듬해 쌀과 옥수수 생산량은 각각 6.5%, 4.5% 감소한 것으로 추정됐다. 공급 부족이 겹

치면서 쌀값은 지난 2014년 10월 북한 원화 기준 kg당 6633원까지 올라 같은 해 7월보다 32.5%, 전년 동기보다 20.1% 상승했다. 2015년 수력발전량도 130억kWh에서 100억kWh로 줄었다. 북한 전체 교역의 90% 이상을 차지하던 중국과의 무역액은 지난 2015년 54억달러로 전년보다 14.7% 감소했다. 수출과 수입이 각각 12.6%, 16.4% 줄었고, 주요 외화 수입원 이던 철강제품 수출은 54.9% 급감했다.

연구 결과 경제충격 이후 전체 비공식 소득의 중앙값은 충격 전 소득분포의 55~60분위로 이동했다. 시장활동이 점차 회복되면서 소득 수준 자체는 전반적으로 소폭 높아졌다는 해석이다.

하지만 이 같은 중앙값 이동을 제거하고 소득분포의 모양만 비교하면 정반대의 흐름이 나타났다. 충격 이후 하위 10% 구간의 상대밀도는 충격 전보다 4.5배 이상 높아졌다. 전체 소득 수준이 일부 회복됐음에도 저소득 구간으로의 쏠림은 오히려 강해졌다는 의미다.

다만 이번 조사는 북한이탈주민을 대상으로 한 비확률 표본이어서 북한 전체 주민의 소득분포를 그대로 보여주는 것은 아니다. 조 부연구위원도 경제충격의 인과효과나 북한 전체의 소득불평등 규모를 직접 추정한 연구는 아니라고 선을 그었다.

/김주형 기자 gh471@



metro

권민수 부총재 첫 금통위

물가는 한 방향으로 읽기 어렵다. 7월 소비자물가 상승률은 6월 3.2%에서 2.8%로 낮아졌고 전월 대비로는 0.2% 하락했다. 생활물가 상승률도 2.5%로 둔화했다. 그러나 한은의 물가인정목표 대상인 소비자물가는 여전히 목표치(2%)를 웃돈다. 식료품·에너지를 제외한 근원물가는 2.5%에서 2.6%로 높아졌고 개인서비스 물가도 3.5% 올랐다.

선행 가격지표도 부담은 남았다. 7월 생산자물가는 전월보다 0.4%, 수입물가는 1.0% 내렸지만 1년 전보다는 각각 7.7%, 18.7% 높았다. 미국 연방준비제도의 7월 회의에서도 세 명이 인상을 주장했고, 다수 참석자는 물가가 내려가지 않으면 추가 긴축이 필요할 수 있다고 봤다.

이번 회의에는 권민수 신임 부총재가 당연직 금통위원으로 처음 참여한다. 권 부총재는 지난 21일 성장·물가·금융안정과 금리 인상의 효과·부작용을 함께 살펴 “신중하면서도 필요하면 유연하게” 결정해야 한다고 밝혔다.

오는 27일의 결정표는 ‘추가 인상이 필요한가’보다 ‘지금 연속으로 해야 하는가’를 가른다. 금리를 올리면 성장과 금융불균형에 선제 대응했다는 뜻이고, 동결하면 환율과 헤드라인 물가의 진정, 정책 시차를 확인하겠다는 뜻이다. 어느 쪽이든 한은이 5월 2.6%로 제시한 올해 성장률을 얼마나 높일지, 6개월 조건부 금리 경로가 어디를 가리킬지가 다음 인상의 시점과 종착점을 더 분명히 보여줄 전망이다.

신 총재는 지난달 금리 경로를 “자전거를 타는 게 아니고 큰 유조선에 타는 것”에 빗대며 “시간을 두고 모든 다른 경제에 미치는 영향을 감안해 정책을 펴겠다”고 말했다.

/김주형 기자