

부산·경산·광주에 3년간 2.7조 투입... '더현대 DNA' 입힌다



㉓ 현대백화점그룹

HYUNDAI



- ① 더현대 서울 풍경. ② 현대백화점 압구정본점.
③ 현대백화점이 일본 패션과 라이프스타일의 중심지인 도쿄 오모테산도에 선보인 K콘텐츠 수출 플랫폼 '더현대 글로벌'. ④ 더현대 광주 조감도.
⑤ 더 현대 하이 콘셉트 사진. /현대백화점그룹



보수적인 '돌다리 경영'의 대명사였던 현대백화점 그룹이 유례없는 광복 행보를 펼치고 있다. 핵심 동력은 여의도 더현대서울의 성공으로 입증된 '더현대 모델'이다. 현대백화점은 탄탄한 백화점 본업의 현금 창출력을 바탕으로 향후 3년간 약 3조원에 달하는 대규모 신규 출점 투자를 단행하며 오프라인 영토 확장에 나섰다. 동시에 지배구조 개편을 마무리하며 신사업 추진 동력까지 확보했다. 다만 이러한 공격적인 확장 이면에는 미국발 불확실성으로 적자의 늪에 빠진 지누스와 수익성이 둔화된 한섬 등 비(非)백화점 계열사의 부진이라는 뚜렷한 과제도 병존한다.

현대백화점의 자신감은 백화점 본업의 견조한 실적에서 출발한다. 현대백화점 백화점 부문은 최근 2분기 매출 6438억원, 영업이익 1101억원(별도 기준)을 기록하며 사상 최대 실적을 경신했다. 소비 심리 회복과 외국인 관광객 증가, 명품 및 패션 카테고리의 호조가 실적 개선을 이끌었다. 정지영 현대백화점 사장이 주도한 큐레이션 중심의 '더현대 DNA'가 전 점포로 확산하면서 증권가에서는 올해 현대백화점이 백화점 부문에서만 연간 5000억원 인박의 영업이익을 기록할 것이라는 전망까지 나온다. 이는 10여 년 만에 백화점 단독 이익 4000억원 벽을 깨고 사상 최대치를 달성하는 셈이다.

본업이 벌어들이는 막대한 현금 대규모 신규 투자를 떠받치는 든든한 버팀목이다. 현대백화점은 더현대부산(총투자비 9183억원), 현대프리미엄아울렛 경산(3580억원), 더현대광주(1조4547억원) 등 3개 대형 프로젝트에 총 2조7310억원을 투입한다. 2025년 말까지 7540억원이 이미 집행됐으며, 2027년 부산을 시작으로 2028년 경산, 2029년 광주 개점까지 향후 1조9770억원의 투자가 남아 있다.

시장에서는 현대백화점의 재무 여력을 감안할 때 외부 차입 의존 없이 자체 현금흐름으로 잔여 투자금을 충분히 소화할 수 있을 것으로 본다. 현대백화점의 최근 3년 평균 영업

2분기 매출 6438억, 영업이익 1101억
소비 회복, 외국인 관광객 등 영향

외부 차입 없이 자체 현금 흐름으로
투자금 소화... 재무 건전성 'AA+'

온라인 '더현대 하이', 23만명 가입
지누스·한섬 수익성 악화는 '난제'

흐름은 8260억원에 달하며, 2025년에는 9862억원까지 늘어났다. 연간 약 500억원 수준의 배당금 지출을 차감하더라도 2029년까지 4년간 약 3조1040억원의 영업현금이 유입된다. 여기에 1조4352억원에 이르는 가용 유동성까지 합치면 투자 대응 재원은 4조 5392억원에 달해 잔여 투자액의 2.3배를 웃돈다. 상각전영업이익(EBITDA) 대비 순차입금 비율도 1.3배 수준으로 하락하는 등 재무 건전성은 최고 등급(AA+)을 안정적으로 유지하고 있다.

이러한 투자 체력을 바탕으로 현대백화점은 온·오프라인과 글로벌 전방위로 영토를 넓히고 있다. 오프라인에서는 국내 최초 미래형 문화복합몰을 표방하는 더현대광주 등을 통해 수도권을 넘어 전국 핵심 거점에 경험형 리테일 모델을 안착시킨다는 계획이다.

온라인에서는 더현대닷컴과 현대식품관 투융을 통합 개편한 프리미엄 큐레이션 플랫폼 '더현대 하이'를 론칭해 한 달 만에 신규 가입자 23만 명을 끌어모으며 순항 중이다. 해외에서는 일본 도쿄 오모테산도에 K패션 수출 플랫폼 '더현대 글로벌' 첫 매장을 열어 목표치를 30% 웃도는 매출을 기록하는 등 글로벌 거점 확대에도 시동을 걸었다.

그룹 차원의 지배구조 개편도 마무리 단계에 접어들며 의사결정 효율성을 끌어올렸다. 지주사인 현대지에프홀딩스는 안정적인 현금창출원인 현대홈쇼핑을 100% 완전자회사로 편입하고 상장폐지 절차를 마쳤다. 중복상장 구조를 해소하고 손자회사였던 현

대큐처넷, 한섬, 현대L&C 등을 자회사로 직접 지배하게 되면서, 지주사 행위제한 요건 해소와 함께 자본배분의 유연성과 M&A 추진력을 대폭 강화했다.

그러나 본업과 지배구조의 안정세 뒤편에는 아픈 손가락으로 전락한 신성장동력 계열사들의 실적 부진이 드리워져 있다.

현대백화점이 2022년 약 8790억원을 들여 인수한 글로벌 매트리스 제조사 지누스는 최대 난제로 꼽힌다. 지누스는 미국 매트리스 시장 침체와 관세 불확실성 여파로 올해 상반기에만 567억원의 누적 영업 손실을 내며 그룹 편입 이후 최악의 성적표를 받았다. 현대백화점이 인수 후 지누스에 대해 인식한 영업권 및 브랜드가치 손상차손만 총 4997억원으로, 인수 대금의 56.8%에 달한다. 현재 지누스는 미국 조지아 공장을 1353억원에 매각하고 인도네시아 중심의 생산 체제로 전환하며 고정비 절감에 나섰다. 단, 뚜렷한 턴어라운드 시점은 여전히 불투명하다.

2012년 인수한 패션 계열사 한섬 역시 외형 성장 뒤에 가려진 수익성 악화로 고심하고 있다. 한섬의 매출은 인수 당시 5000억원대에서 1조5000억원 규모로 3배 성장했으나, 영업이익률은 2012년 14.3%에서 지난해 3.5%까지 급락했다. 패션업계 불황과 함께 신규 브랜드 론칭 및 해외 진출 비용이 누적된 결과다. 신사업으로 추진했던 화장품 자회사 한섬과 이프앤 역시 완전자본잠식에 빠진 끝에 지난해 한섬에 흡수합병되는 부침을 겪었다.

현대백화점그룹의 미래는 백화점 본업이 벌어들이는 강력한 현금 창출력이 유지되는 동안, 대규모 신규 출점을 차질 없이 인수하고 부진한 계열사들의 구조적 반등을 이끌어낼 수 있느냐에 달려 있다.

탄탄한 재무 체력과 검증된 콘텐츠 경쟁력으로 무장한 정지선 회장의 공격적인 확장이 참채된 계열사의 부담을 털어내고 그룹 전체의 기업 가치 재평가로 이어질지 유통업계의 시선이 집중되고 있다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



metro

