

관광객 소비에 유통가 함박웃음… 면세점 ‘객단가 하락’ 발목

1~7월 방한객 1280만명… 21% ↑
쇼핑 넘어 배달 등 소비영역 확산
면세점, 관광객 증가 효과 제한적

방한 외국인 관광객이 빠르게 늘면서 백화점과 올리브영, 다이소, 편의점 등 국내 유통업체가 외국인 소비 증가 효과를 누리고 있다. 최근에는 외국인 관광객의 소비 영역이 패션과 의료, 음식 배달 등 일상생활 전반으로 확산하는 모습이다. 반면 과거 외국인 쇼핑의 중심이었던 면세점은 구매객 증가에도 객단가가 하락하면서 관광객 증가 효과를 온전히 누리지 못하고 있다.

20일 한국관광공사에 따르면 지난 7월 방한 외국인은 209만3223명으로 전년 동월 대비 20.8% 증가했다. 코로나19 이전인 2019년 7월과 비교하면 44.6% 많은 수준이다. 올해 1~7월 누적 방한객도 1280만명으로 전년 동기 대비 21.3% 늘었다.

늘어난 관광객의 소비는 면세점에서 백화점과 뷰티·패션·생활용품 등 도심 유통매장으로 빠르게 분산되고 있다. 롯데·신세계·현대백화점의 올해 상반기 외국인 매출은 총 1조7200억원으로 전년 동기 대비 120% 증가했다. 지방 점포의 증가세도 두드러져 올해 1~7월 롯데백화점 부산본



외국인 관광객이 서울 중구 명동거리를 지나가고 있다.

/뉴시스

점과 롯데몰 동부산점의 외국인 매출은 각각 160%, 180% 늘었다.

CJ올리브영은 올해 1~8월 국내 오프라인 매장의 외국인 누적 구매액이 지난해보다 3개월 빠르게 1조원을 돌파했다. 지난 8월 기준 전체 오프라인 매출에서 외국인이 차지하는 비중도 2022년 2%에서 올해 33%로 확대됐다. 다이소의 올해 1~7월 해외카드 결제금액도 전년 동기 대비 약 100% 증가했다.

패션과 편의점에서도 외국인 소비가 늘고 있다. 올해 1~8월 무신사 스탠다드의 외국인 매출 비중은 명동점 68%, 홍대점 53%, 성수점 61%에 달했다. 올해 1~7월 외국인 매출은 CU가 전년 동기 대비

78.7%, GS25가 69% 증가했다.

소비 영역은 쇼핑을 넘어 배달 등 생활 서비스로도 확산하고 있다. 배달의민족의 올해 상반기 외국인 배달 주문 건수는 전년 동기 대비 331%, 거래액은 308% 증가했다. 해외 발행 신용카드와 글로벌 간편결제, 다국어 서비스 도입 등으로 외국인 관광객이 국내에서 배달 서비스를 이용하기 쉬워진 영향으로 풀이된다.

이처럼 외국인 관광객의 소비처가 다양해진 것과 달리 면세점은 관광객 증가 효과가 매출 증가로 그대로 이어지지 않고 있다. 한국면세점협회에 따르면 지난 7월 외국인 면세점 구매객은 130만3527명으로 전월 대비 1.9% 증가했지만 외국인 매

출은 같은 기간 9176억원에서 8249억원으로 10.1% 감소했다. 이에 따라 외국인 1인당 구매액도 약 71만7000원에서 63만3000원으로 한 달 새 11.7% 줄었다.

기간을 넓혀 봐도 객단가 하락 추세가 나타난다. 올해 상반기 외국인 면세점 구매객은 664만4924명으로 전년 동기 대비 29.4% 증가했다. 같은 기간 외국인 매출은 4조8415억원에서 4조9967억원으로 3.2% 증가하는 데 그쳤다. 이를 기준으로 계산한 외국인 1인당 구매액은 지난해 상반기 약 94만원에서 올해 약 75만원으로 20%가량 감소했다.

다만 면세점의 외국인 매출 자체가 감소세로 돌아선 것은 아니다. 지난 7월 외국인 매출은 전년 동월 6405억원에서 8249억원으로 28.8% 증가했다. 전체 면세점 매출도 같은 기간 9199억원에서 1조666억원으로 15.9% 늘었다. 외국인 관광객과 구매객 증가 속도에 비해 매출 증가 폭이 제한되면서 객단가가 낮아지는 구조가 뚜렷해지고 있는 셈이다.

이는 면세시장의 주요 고객이었던 중국인 단체관광객과 타이궁(보타리상)의 대량 구매가 줄고 개별관광객(FIT) 중심으로 시장이 재편된 영향으로 풀이된다. 과거에는 타이궁 등이 면세점에서 화장품과 명품을 대량 구매하면서 매출을 끌어올렸

지만, 최근 개별관광객은 백화점과 올리브영, 다이소, 편의점, 패션 매장 등으로 쇼핑 동선을 넓히고 있다. 배달과 의료 등 국내 체류 과정에서 발생하는 생활형 소비도 함께 늘어나는 추세다.

면세업계 역시 이러한 변화에 맞춰 수익성 중심의 체질 개선에 나서고 있다. 올해 2분기 롯데·신라·신세계·현대면세점 등 주요 4개사는 모두 영업흑자를 기록했다. 4사의 영업이익액은 단순 합산하면 1078억원으로 지난해 같은 기간 75억원 적자에서 1153억원 개선됐다.

다만 실적 개선에는 관광객 증가뿐 아니라 비용 구조 조정과 인천공항 사업 재편 등이 함께 영향을 미쳤다. 신라와 신세계는 지난 4월 입차료 부담이 컸던 인천공항 DF1·DF2 사업권을 반납했고, 롯데와 현대는 해당 사업권을 넘겨받아 공항 업무를 확대했다.

면세점들도 FIT 고객을 겨냥해 K뷰티와 K푸드, 패션, 캐릭터 등 상품군을 확대하고 글로벌 간편결제와 체험형 매장을 강화하고 있다. 롯데면세점의 전체 매출에서 개별여행객이 차지하는 비중은 지난해 2분기 50%에서 올해 2분기 55%로 상승했다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



metro

유통업계 추석 맞이

스팸·참치·생활용품 등 실용적 선물 인기

G마켓 ‘한가위 빅세일’ 판매 분석
주요 브랜드사 ‘국민 선물세트’ 기획

G마켓은 올 추석에도 스팸과 참치, 생활용품 등 이른바 ‘국민 선물세트’가 인기를 끄는 것으로 나타났다. 20일 밝혔다. 받는 사람의 취향을 크게 타지 않으면서 일상에서 바로 먹거나 사용할 수 있는 실용적인 선물에 수요가 몰리는 모습이다.

G마켓이 추석을 맞아 진행 중인 ‘한가위 빅세일’의 스타배송 선물세트 판매 동향을 분석한 결과, 최근 3주간(8월 24일부터 9월 17일) 거래액이 전년 한가위 행사(2025년 9월 1일부터 9월 25일) 대비 69% 증가했다.

특히 실용적인 ‘국민 선물세트’의 강세가 두드러진다. CJ제일제당 스팸을 비롯해 대상 청정원 복합 선물세트, 사조대립 안심특선, 동원F&B 참치 선물세트 등이 좋은 반응을 얻었다. LG생활



G마켓 선물세트.

/G마켓

건강 생활용품 세트와 종근당건강 건강식품, 오설록 티 세트 등 일상에서 활용도가 높은 상품도 인기다.

국민 선물세트의 인기 배경에는 G마켓이 주요 브랜드사와 명절 수요를 예측해 상품 구성부터 혜택까지 사전에 공동 기획한 전략이 있다. 이미 판매 중인 상품을 단순 할인하는 방식에서 나아가, 고객 선호도가 높은 상품을 조합한 G마켓 전용 기획세트와 단독 구성,

사은품 등을 사전에 준비한 것이 특징이다.

G마켓의 추석맞이 ‘한가위 빅세일’은 오는 22일까지 진행된다. 추천상품으로 ▲CJ선물세트 스팸 복합 HM호 ▲동원 참치 0-12℃호 ▲청정원 행복4호 ▲설화수 NEW 자음2종 ▲LG생활건강 프로폴리스 E스페셜 ▲종근당건강 홍삼녹용프리미엄 선물세트 등을 선보인다.

/김서현 기자 seoh@

롯데百貨 “선물세트, 바로 배송해드려요”

배송 등 ‘막바지 구매족’ 수요 대응
핸드캐리 인기품목 최대 40% 할인

롯데백화점은 명절을 앞두고 선물을 준비하는 ‘막바지 구매족’을 위한 혜택을 강화했다고 20일 밝혔다.

롯데백화점은 귀성길에 들고 가기 간편한 ‘핸드캐리 기프트’를 다양하게 선보인다. 휴대성과 실용성을 고려한 추석 선물세트를 중심으로 지난해 대비 준비 물량을 20~30%가량 확대했다. 실제로 핸드캐리 품목 비중이 높은 디지털 건강 상품군의 경우 올해 설 명절 기프트 판매에서 명절 직전 일주일 매출이 전체의 절반에 이를 정도로 막바지에 수요가 집중된 것으로 나타났다.

먼저 전통을 현대적으로 재해석한 ‘프리미엄 K-디저트’ 기프트를 선보인다. 생과일 참쌀떡 9구와 수제 도자기 세트로 구성된 ‘한정선 롯데 익스클루시브 세트’, 한국 사찰 음식 전문가와 셰프가 협업한 김부각 세트인 ‘바삭(VASAK) 셰프 에디션 혼합 선물세트’, 로스팅한 견과류와 콩두부 반죽으로 얇게 구워낸 전병 6종으로 구성된 ‘강성은 명과 산수화’ 등이 대표적이다.

일상 속 건강관리를 추구하는 고객을 겨냥한 추석 기프트도 선보인다. 공복에 올리브 오일을 음용하는 수요를 반영해 1000mg 이상의 폴리페놀을 함유한 올리브 오일 시리즈를 올해 처음으로 선보인다. ‘아트사스 폴리페놀 올리브 오일’, ‘하이퍼텔리온 유기능 폴리페놀 올리브 오일’ 등이 대표 품목이다. 또 안상규별과과 반고흐 뮤지엄 및 디즈니가 협업한 ‘반고흐 허니스트 2



서울시 소공동에 위치한 롯데백화점 본점에서 모델들이 다양한 추석 ‘핸드캐리 기프트’를 선보이는 모습.

/롯데쇼핑

중’, ‘디즈니 푸스퀴즈’ 기프트 등을 판매한다.

10만원 이하 선물도 다양하게 마련했다. 간편하게 즐길 수 있는 ‘간식 기프트’로 ‘레피세리 저키야 한입 육포’, ‘팔도카라멜 6구 리미티드 에디션’을 비롯해 ‘롯데호텔 프리미엄 김치 캔시머’, ‘한 알 명란 3종 기프트’ 등을 선보인다.

아울러 추석 임박 구매 고객을 위한 혜택도 제공한다. 18일부터 23일까지 추석 기프트를 일정 금액 이상 구매한 고객에게 엘포인트 적립 혜택을 제공하고, 한우·굴비·과일 등 핸드캐리 인기 품목 40여 종을 선정해 최대 40% 할인 판매할 계획이다.

막바지 배송 수요를 고려해 ‘추석 바로 배송 서비스’도 운영한다. 본점, 잠실점 등 수도권 백화점 17개점을 대상으로 오는 23일 오후 6시까지 구매한 추석 기프트에 한해 해당 점포 반경 5km 이내 주소지로 3시간 안에 배송한다.

/김서현 기자

이마트, 전·떡갈비 등 제수용 간편식 할인

행사카드 전액 결제시 최대 20%

이마트가 추석 당일인 25일까지 간편제수용품 할인 행사를 진행한다고 20일 밝혔다. 행사카드 전액 결제 시 최대 20% 할인한다.

대상 품목은 송편부터 모듬전, 떡갈비 등 피코크 명절 제수용 간편식 55종이다. 대표 상품으로 ‘피코크 모듬전

(475g)’과 ‘피코크 소고기육전(300g)’, ‘피코크 흰송편(600g)’과 ‘피코크 모깃잎송편(600g)’을 각각 10% 할인해 판매한다.

튀김 및 잡채류는 20% 할인 혜택을 제공한다. 대표 상품은 ‘피코크 고기품은표고버섯튀김(400g)’과 ‘피코크 오색잔치잡채(610g)’ 등이다.

대용량 기획 상품도 10% 할인한다.

기존 용량을 2배 가까이 늘린 ‘피코크 떡갈비(900g)’와 ‘피코크너비아니대용량 기획(1.1kg)’이 대상이다.

이와 함께 이마트는 피코크 제수용품 전 품목을 대상으로 일정 금액 이상 결제 시 신세계상품권을 추가로 증정한다.

즉석조리 코너 ‘키친팔리’에서도 명절 맞이 간편 제수음식 할인 행사를 진행한다. 오는 23일까지 사각오색전, 동태전, 완자전, 녹두전, 찹쌀전 등으로 구성된 ‘알찬 모듬전(떡)’을 신세계포인트 적립 시 30% 할인한다.

/김서현 기자