

코로나로 소상공인 영업익 30% ↓...외식업 손실 2억3000만원 최대

소상공인들의 평균 영업이익이 코로나19 이전과 비교했을 때 30% 이상 감소했다는 조사 결과가 나왔다. 강력한 사회적 거리 두기 지침에 따른 직접적 손실금액은 외식업이 2억 3000만원 가량으로 가장 큰 피해를 본 것으로 나타났다.

임재운 서강대학교 경영학부 교수는 26일 오후 서울 중구 포스트타워 18층에서 열린 '코로나19에 따른 소상공인 위기 대응' 토론회에서 이같이 밝혔다.

이날 기조 발표를 맡은 임 교수는 "코로나19 전후 소상공인들의 평균 영업이익과 매출액, 고객 수 모두 30% 이상 감소했다"며 "소상공인이 코로나19 장기화로 인해 직접적 타격을 받고 있고, 이들의 어려움은 국민 경제의 큰 충격으로 이어질 수 있다"고 경고했다.

임 교수가 인용한 지난 1월 중소기업중앙회 '코로나19로 인한 소상공

경사노위 '코로나19 소상공인 위기 대응' 토론회

"소상공인 코로나 직접 피해 커...국민 경제 위기"

생존→피해보상→영업활성화 3단계 지원책 제안

인 일과 삶의 변화 조사에 따르면 코로나19 이전 2019년 소상공인 평균 매출액은 3583만원이었으나 지난해 2655만원으로 25.9% 감소했다.

동기간 월 평균 영업이익은 코로나19 이전 727만원에서 이후 468만원으로 35.6% 줄었으며, 평균 방문 고객 수 역시 565.5명에서 366.2명으로 35.4% 급감했다.

이날 발표된 업종별 피해 현황에 따르면 거리 두기로 인한 직접적 손실액은 외식업이 2억3100만원으로 가장 많았다. 이어 PC방 1억4300만원, 노래방 1억원, 카페 3100만원 등이었다.

도·소매업과 숙박·음식점업 등은 소상공인 과밀업종으로 해당 업종 내 생존율은 매우 낮은 편에 속한다.

임 교수는 "소상공인이 전체 기업의 93.3% 이상을 차지하는 국민 경제 근간인 만큼 정부의 다각적인 지원 대책이 필요하다"며 3단계로 세분화 된 정부 지원 정책을 제안했다.

그는 1단계에선 소상공인들이 영업 정상화까지 버틸 수 있도록 자금 지원의 필요성을 강조했다. 세부안으로 대출 폭이 가장 큰 고정비와 관련해 지급 능력을 보강할 수 있도록 대출 지원과 장기적 관점에서 경기 회복 시까

지 생존을 위한 자금 지원을 제시했다.

2단계에선 거리 두기로 영업 피해가 큰 소상공인에 대해 피해지원 또는 손실보상에 중점을 두는 사후적 구제책을 제안했다. 전업·폐업 소상공인을 대상으로 피해 보상을 강화해야 한다는 제안이다.

3단계에선 코로나19 종식 후 소비활성화가 궁극적 해결책으로 꼽히는 만큼 소비 진작 대책을 시행해야 한다고 강조했다. 임 교수는 전 국민 재난지원금, 소비쿠폰, 지역 상품권 등에 재정을 투입하는 방안 등을 구체적 사례로 제시했다.

임 교수에 이어 발표를 맡은 남윤형 중소기업연구원 상생협력연구실장과 이종현 가천대 경영학부 교수는 각각 소상공인의 피해 지원과 사회안전망 강화에 대한 의견을 제시했다.

남 실장은 "거리 두기 적용 시 소상공인의 지역·상권·업종별 영업특성을



고려할 필요가 있다"며 "이미 피해를 본 소상공인에 대한 손실보상에 있어 손실항목 선정, 소급적용 여부 및 재원 마련에 대한 합리적인 기준 마련도 시급하다"고 말했다.

이 교수는 "노란우산공제 등을 통한 소상공인 사회안전망 강화가 필요하

다"며 "코로나19로 시장 권력이 제조에서 도소매로 옮겨온 만큼, 지역 내 소상공인 조직화, 공공유통 체계의 업종별 다양화 등을 통한 공공 연계망 강화가 소상공인의 경쟁력 확보에 중요할 것"이라고 진단했다.

서선욱기자



'5월 우리가족 면역력을 선물하세요' 26일 서울 중구 충무로 한국의 집에서 모델들이 KGC인삼공사 정관장 '5월 가족을 지키는 힘 사랑 가득 면역력' 캠페인을 소개하고 있다. 정관장은 가정의 달을 맞아 다음달 16일까지 캠페인을 진행, 정관장 인기제품을 구매하는 고객에게 다양한 구매 혜택을 제공한다.

GS홈쇼핑, 1분기 영업익 372억...전년비 16.6% ↑

코로나19 장기화에 온라인 쇼핑 증가

GS홈쇼핑은 올해 1분기(1~3월) 영업이익이 372억원을 기록해 전년 대비 16.6% 증가했다고 26일 밝혔다. 같은 기간 매출액은 2974억원으로 0.1% 감소했으나, 취급액은 1조1282억원으로 3.0% 증가했다. 당기순이익은 23.3% 증가한 392억원을 기록했다. GS홈쇼핑은 "코로나19 장기화로 인한 온라인 쇼핑의 증가로 취급액이 성장했다"며 "식품·생활용품 판매 비중 증가, 매출총이익률 개선 및 판매비용 하락 등이 영업이익에 반영됐다"고 설명했다.

채널별로 살펴보면 모바일 쇼핑 취급액이 6171억원으로 전년 동기 대비 4.0% 성장하며 전체 취급액에서 차지하는 비율은 54.7%를 기록했다. TV쇼핑 취급액은 4182억원, 인터넷 쇼핑(PC)은 752억원을 기록했다. GS홈쇼핑 모바일 쇼핑액은 4070만 다운로드로 처음으로 4000만을 넘어섰다. 상품군별로는 코로나19의 영향으로 패션잡화 및 의류의 비중이 감소했지만, 생활용품과 식품의 비중이 각각 2%p, 3%p 신장하며 실적을 지탱했다. GS홈쇼핑은 앞으로도 시그니처 브

GS SHOP

랜드 확대와 CX 개선, 디지털 트랜스포메이션 등을 통해 핵심사업 역량을 강화하고, 보유 투자자와의 시너지 활동도 더욱 다양하게 지속해나갈 예정이다. 특히 7월로 예정된 GS리테일과의 합병으로 인한 시너지를 극대화하고, 양사 크로스채널 통합 마케팅, O2O 서비스 개발, 플립먼트 및 라스트마일 배송 서비스 등을 바탕으로 새로운 고객 경험을 창출해 나갈 계획이다. 김민정기자

전남농기원, 홍차 반자동 제다 대량생산 기술개발

기존보다 생산량 4배 높고 시간도 단축 홍차 품질도 균일해 가격 경쟁력 확보



전남농업기술원이 개발한 홍차 반자동 기계생산 모습.

고 26일 밝혔다. 농업기술원에 따르면 녹차에 비해 국산 홍차의 대부분은 소규모 차 생산 농가의 수제 생산 방식이다 보니 품질이 불균일하고 대량 생산이 어려워 국내 소비량 대부분을 수입에 의존하고 있다.

통계청 자료에 따르면 홍차 수입량이 2012년 681t에서 2019년 1492t으로 급속히 늘어나고 있는 추세다.

전남농업기술원 차산업연구소는 수입 홍차를 대체하기 위해 찾은 수확부터 시들리기, 비비기, 발효, 건조 등 전

과정을 반자동 기계생산 시스템을 활용해 대량 생산할 수 있는 기술을 개발했다.

이번에 개발한 기술은 수제 생산 방식보다 1회 홍차 생산량은 4배 높고 생산시간은 8배가 단축되며, 고용 비용도 6.7배 감소시킨다. 특히 홍차의 품질도 균일해 수입 홍차와 가격 경쟁력을 확보할 수 있게 됐다.

전남농업기술원 차산업연구소 손동모 소장은 "저비용 홍차 반자동 대량 생산 시스템을 활용해 간편하게 들고 다니면서 바로 마실 수 있는 캔, 페트병 형태의 음료를 개발하고 상품화해 차 소비 확대를 촉진하겠다"고 말했다.

김정환기자

늘어나는 무인 편의점...안전 강화는 숙제

비대면 서비스 확산으로 늘어나는 무인 편의점 보안업체와 협력·개인 인증 시스템 구축 등 나서

코로나19 확산으로 비대면 서비스가 증가하면서 무인 편의점이 늘어나고 있다. 편의점 업계는 무인 점포의 한계로 지적 받고 있는 안전 문제를 해결하기 위해 보안 강화에 나서고 있다. 26일 업계에 따르면 각 편의점 업체들은 무인 편의점을 지속 확대하고 있다.

편의점 GS25는 이달 25일 기준 무인 점포와 야간 무인점을 포함해 약 290개점을 운영 중이다. 전년 대비 110곳이 증가했다. 매출도 증가세다. 무인 점포의 이달 1일부터 20일까지 야간 매출은 전년 동기 대비 55.9% 증가했다.

GS25 관계자는 "야간에 영업을 하지 않았던 점포를 무인으로 운영하자 일 평균 8.2% 매출이 상승하는 등 야간 무인 운영에 대한 긍정적인 효과가 있었다"고 설명했다.

CU는 완전 무인 점포 '테크 프렌들리(Tech Friendly) CU' 1호점 CU상성 바이오에피소스를 지난 1월 열었다. CU는 지난달 기준 완전 무인 점포를 포함해 270여개점을 운영하고 있다. 지난해 180여개와 비교하면 증가세가 가파르다.

세븐일레븐 역시 무인 점포를 확대하고 있다. 스마트 편의점 시그니처

매장은 지난달 기준 100곳으로 증가했다. 이마트24도 스마트 점포를 100곳 이상 운영 중이다.

무인 점포는 확대 추세지만 단난 사고 등 안전 문제는 해결해야 할 숙제다. 업계는 무인 점포 확대를 위해 보안 강화에 나서고 있다.

GS25는 ADT캡스와 무인 편의점의 보안을 위한 솔루션을 개발한다. 협약을 통해 오픈할 신규 GS25 무인편의점에는 보안용 CCTV, 출입인증 및 무인운영을 위한 솔루션, 디지털 사이니지 등이 설치된다. 또 무인점 전용 보안 서비스를 통해 출몰 경비 서비스, 관제사 원격 모니터링, 해피콜 출동 서비스 등 안전한 고객 보호와 편리한 점포 경영에 도움을 될 다양한 서비스가 제공된다.

CU는 완전 무인 점포를 열면서 안면 인증 시스템을 도입했다. 고객이 CU상성바이오에피소점 입구에 설치된 안면 등록 키오스크에서 안면 정보와 'CU 바이오펜' 정보를 최초 1회만 등록하면 재방문 시에는 휴대폰 없이 페이스 스캔만으로 매장 출입과 상품



결제를 할 수 있다. 세븐일레븐은 시그니처 3.0 프로젝트를 통해 보안 완성도를 높였다. 고객은 최초 점포에 들어설 때 출입 인증 단말기에서 모든 신용카드·오픈포인트·핸드페이 등으로 1차 인증을 거친 이후 스마트 CCTV로 안면 이미지 자동 촬영 과정을 추가로 거쳐야 점포에 들어설 수 있다.

또 무인 경비 시스템도 갖춰져 있어 화재나 기물 파손, 소음 등 점포에 이상 징후가 감지되면 경비 업체가 5분 내 출동해 확인한다.

최이슬기자

롯데백화점, 가입만 하면 10만원 이상 혜택

이달 초 와이 커뮤니티 멤버십 도입 최근 쇼핑 시장 이끄는 세대 선점해

롯데백화점이 MZ세대 전용 무료 회원제를 실험 중이다. 'Y COMMUNITY(와이 커뮤니티)' 멤버십으로, 1987년 이후 출생자만 가입할 수 있다. 최근 명품 소비를 주도하는 MZ세대를 포섭하기 위한 전략 중 하나로 분석된다.

롯데백화점이 와이커뮤니티멤버십 회원이 되기 시작한 건 지난 1일부터다. 우선 잠실점에 한정돼 있고, 6월30일까지 베타 테스트 기간을 두고 선착순으로 회원을 받는다. 기존에 백화점 회원제가 결제 금액에 따라 제한됐다면, 와이커뮤니티엔 그런 게 없다. 가입 조건만 충족하면 누구나 들어갈 수 있다. 롯데쇼핑 관계자는 "MZ세대 고객을 확보하기 위한 제도이기 때문에 구

매 금액을 따질 이유는 없다"고 했다.

일단 가입만 하면 10만원 이상의 혜택을 준다. 웰컴키프트로 롯데호텔 애프터는 2인 티세트, 프리미엄 와인 교환권, 안다르스튜디오 1대 1 필라테스 수강권 등 중에서 하나를 고를 수 있다. 10% 백화점 할인 쿠폰, 발렛파킹 및 무료 주차 서비스, 커피 쿠폰(월16잔) 등도 제공한다. 특히 매주 다른 쇼핑 혜택을 제공하고, 멤버십 전용 인스타그램을 운영하며 백화점 맛집 정보 등 다양한 쇼핑·문화 큐레이션을 해준다.

롯데백화점은 잠실점에서 시범 운영을 한 뒤 성과에 따라 서비스를 개편해 다른 점포로도 확대한다는 계획이다. 롯데백화점이 MZ세대 전용 멤버

십 서비스를 내세운 건 이들이 최근 백화점 주력 고객으로 급부상하고 있어서다. 최근 백화점 업계에서 가장 중요하게 다루고 있는 부문은 명품이다. 명품이 사람들을 백화점으로 끌어내는 역할을 하고 있고, 매출에서도 높은 비중을 차지하고 있다.

현재 이 명품 소비를 주도하는 게 MZ세대다. 2019년 롯데백화점 명품 매출 중 2030세대 매출 비중은 40%가 안 됐다(38.1%). 지난해 이 수치는 46%까지 올라갔다. 올해는 더 높아질 것으로 예상된다.

롯데쇼핑 관계자는 "아직 구매력만 보면 MZ세대가 40대 이상 세대보다 약한 건 사실이지만, 파괴력이나 앞으로 쇼핑 시장 주도권을 고려하면 MZ세대를 위한 더 다양한 전략이 나와야 한다"며 "그런 의미에서 와이커뮤니티멤버십을 시작했다"고 했다.

유유나기자