

10년 지나도 전통시장 찬바람... “누구위한 규제인가”

대형마트 의무휴업 10년

주부 김씨(45)는 매달 1일마다 대형마트 휴무일을 캘린더에 체크하고 있다. 맞벌이 생활을 하고 있는 터라 자칫 휴무일 체크를 놓친 날이면 주말 끼니를 배달 음식이나 외식으로 때워야 하기 때문이다. 김씨는 “아이들에게 건강한 먹거리를 제공하고 싶어 신선식품 만큼은 눈으로 직접 확인하고 구입한다”며 “집 부근에 전통 시장도 없어 대형마트 휴무를 체크해가며 주말 먹거리를 장보는 일은 꽤나 번거롭다”고 했다.

대형마트 업계가 오프라인 채널의 침체와 함께 위기에 몰렸다. 최근 수 년 동안 소비 패턴이 오프라인에서 온라인으로 변화하면서, 현실을 반영하지 못한 규제가 대한민국 유통 산업 발전에 족쇄로 작용하고 있다는 분석이다.

윤석열 정부에선 ‘규제 혁신 1호’로 대형마트 의무휴업일 폐지 안건을 꼽았으나, 아직 큰 진전은 없는 상황이다. 10년 만의 규제 완화 가능성을 기대해 온 대형마트 업계도 촉각을 곤두세우고 있다.

월 2회 문을 닫고 자정부터 오전 10시까지 영업을 할 수 없다는 대형마트 영업규제는 2012년 처음 도입됐다. 대형 유통업체의 골목상권 침해를 막고 관련 노동자 건강권 보호를 위해서다. 하지만 전통시장 등의 활성화로 이어지지 못했다는 평가가 꾸준히 나왔다.

업계는 규제에 앞서 시장의 역할 구도를 면밀히 살펴볼 것을 꾸준히 요청하고 있다. 온라인 유통 위세가 높지 않던 10년 전 유통 시장은 그야말로 대형마트가 호황을 누리던 시기였고, 전통시장의 위축이 점차 사회적 이슈로 떠오르던 시절이었다.

하지만 이후 10년간 유통 시장은 대기업 대 소상공인이 아닌, 오프라인 대 온

전통시장 대신 이커머스·식자재마트로 발길 돌려 코로나19 언택트 트렌드 이후 유통 생태계 급변 “유통법, 시장 흐름 담지 못한 시대착오적 규제”

라인으로 틀 자체가 완전히 바뀌었고 4차 산업혁명, 코로나19 여파에 따른 언택트(Untact·비대면) 시대 도래 등 다변화되는 외부 환경까지 마주하고 있다.

윤석열 정부는 규제 완화 방침을 내세우면서 의무 휴업 빗장이 풀릴 것이라는 기대감이 나온다. 이번 정부 들어 국무조정실은 규제심판회의를 통해 대형마트·전통시장 등 이번 사안의 다양한 이해 관계자들과 관계 부처 의견을 청취 중이다.

산업통상자원부는 전국상인연합회, 한국수퍼마켓협동조합연합회, 한국체인스토어협회와 대·중소유통 상생협의회를 구성해 지속적으로 논의하고 있다.

전면적 개정이 쉽지 않다면, 이미 실효성이 없는 것으로 확실하게 증명된 사안들만이라도 제한적으로 풀어야 한다는 지적이 잇따른다.

온라인에 밀려 수익성이 갈수록 악화하는 실정이라 월 2회 규제 요일을 가장 많은 매출이 나오는 주말이 아닌, 평일로 지정하는 식으로 대체안을 찾아야 한다는 것이다.

유통 업계와 소비자 단체에서는 무엇보다 해당 규제가 본래 취지인 골목상권·전통시장 보호 역할을 제대로 하지 못하고 있다는 입장이다.

업계 한 관계자는 “의무휴업 이후 골목상권 및 전통시장의 매출이 늘었다는 통계는 없는 것으로 알고 있다”며 “객관적인 데이터를 토대로 주장해야 마땅하지만 의무 휴업 폐지를 반대하는 측에서는 이런 근거 조사 없이 사실상 감성에 호소하고 있는 상황”이라고 지적했다. 2010년 만해도 전국에 1517개에 달하던 전통시장은 10년이 지나 2020년 1401개로 축소됐다.



온라인 유통 기업이 급성장하며 오프라인 유통 기업에 대한 여차별로 작용하고 있다는 비판도 나온다. 한 때 40조원에 육박했던 대형마트 시장 규모는 2021년 34조6000억원까지 감소했다. 반면 국내 온라인 쇼핑 거래액은 ▲2019년 134조5830억원 ▲2020년 161조1234억원 ▲2021년 185조5600억원 등으로 빠르게 늘어났다.

전문가들은 유통법이 시장의 흐름을 전혀 담지 못한 시대착오적 규제라고 입을 모은다. 지난 10여년간 규제만으로도 유통 업계에 충분히 제약을 줬는데, 여기에 추가 규제를 더한다는 것은 그야말로 시장을 고사 시키겠다는 것과 마찬가지로 지라는 지적이다.

유통 업계 관계자는 “월 2회 휴업이 일요일이 아닌 평일에 이뤄질 경우 마트의 손실 폭도 확실히 줄어들 수 있을 것”이라며 “소비자 편의를 증진시키는 데도 효과가 있을 것으로 판단한다”고 말했다. 뉴시스

규제 틈새 파고든 ‘식자재마트’, 골목상권 새로운 포식자

“마트 규제 따른 반사이익, 전통시장 못 아닌 식자재마트로” 골목상권 규제 사각지대서 대형마트 위협 수준까지 급성장

전통시장과 골목상권을 살리자는 취지에서 10여년 전 도입한 ‘대형마트 의무휴업’의 규제 틈새를 비집고 식자재마트가 골목상권의 새로운 포식자로 떠오르는 모양새다. 전통시장이나 소상공인 보호를 명분으로 규제를 만들었지만, 규제에 따른 반사 이익은 전통 시장의 몫이 아니었다. 정작 영세 슈퍼마켓은 크게 줄어든 반면, 식자재마트가 규제의 사각지대에서 성장해 급기야 대형마트를 위협할 정도로 몸집을 키웠다.

여전히 전통시장은 대형마트 영업 규제 이후 10년이 지난 지금까지도 옛날 분위기를 되찾지 못하는 모습이다. 2010년 만해도 1517개에 달하던 전통시장은 2020년 되레 1401개로 줄어들었다.

17일 관련 업계에 따르면 식자재 마트는 사실상 대형 마트와 비슷한 규모로 운영되지만, 유통산업발전법에 해당 되지 않는다. 업황 부진으로 문을 닫는 대형마트 자리엔 식자재마트가 속속 진입하며 대형마트를 위협하는 수준으로 성장하고 있다. 식자재마트는 당초 식당이나 음식점 등에 식자재 납품하며 운영하던 곳이다. 그러나 이들 업체들은 영업규제로 대형마트가 월 2회 문을 닫는 틈을 타 일반 소비자를 공략하기 시작했다.

대형마트 수준의 할인 혜택을 제공하고 빠른 배달 서비스까지 시작하며 빠르게 덩치를 불렀다. 지난 10년 간 유통 규제 하에서 폭풍 성장한 곳은 전통시장도, 영세 소상공인도 아닌 식자재마트 뿐이었다.

2019년 기준 매출액 100억원 이상 식자재 마트는 점포수의 0.5%에 불과하지



만 매출액의 24%를 차지한다. 이 같은 식자재 마트 점포 수는 5년(2014~19년) 간 74% 증가했다.

최근 몇 년 간 오프라인 유통 시장에서 대형마트 매출 성장이 멈추고 수익성이 악화하는 사이, 대형 식자재마트는 사상 최대 매출을 기록했다.

국내 최대 식자재마트 중 하나인 장보고식자재마트의 매출은 2019년 3164억원에서 2020년 3770억원으로 약 17% 늘어난 데 이어 지난해에도 3976억원으로 전년 대비 5% 이상 성장했다. 또다른 대형 식자재마트인 세계로마트 역시 매년 매출 사상 최대치를 찍으며 가파른 성장세를 보이고 있다.

몸집도 꾸준히 키웠다. 전국의 식자재마트 점포 수는 최근 5년(2014~19년) 간 74% 증가했다. 전체 시장 규모는 약 9조7000억원으로 추산된다.

대형마트와 유사한 규모의 점포도 우후죽순처럼 늘었다. 인천 미추홀구 세계로마트, 김포시 양촌읍 세계로마트, 수원시 권선구 마트킹 등은 대형마트 수준의 규모를 자랑하지만, 3000㎡에 살짝 미치지 못하는 규모로 아무런 규제를 받지 않

는다.

자본력도 더 이상 소상공인 수준이라고 볼 수 없던 지적이 나온다. 홈플러스나 롯데마트 등 대형마트가 수익성 악화나 임대료 부담 등으로 버티지 못하고 나간 자리를 식자재마트가 채우는 일이 늘어나면서다.

한 때 40조원에 달했던 대형마트 시장 규모가 2021년 34조6000억원까지 쪼그라든 것과 비교하면 대조적이다.

현실적으로 골목 상권 소상공인 살리기를 위한 취지라면 유통산업발전법의 사각 지대에 놓인 식자재 마트에 대한 규제 방안 검토도 필요하다는 목소리가 갈수록 높아지고 있다.

유통 업계 관계자는 “그동안 대형마트를 중심으로 규제를 한 결과 식자재마트만 기형적으로 성장했다고 할 수 있다”며 “이러는 사이 최근 10년간 전국에 영세 슈퍼마켓 5만여곳이 사라져 골목상권이 무너졌다”고 지적했다. 이어 “골목상권 살리기 본래 취지대로 한다면 식자재마트에도 의무 휴업 확대와 허가제 도입 등이 필요하다”고 강조했다. 뉴시스

호남신문 i-honam.com		대표전화 (062) 229-6000 광주 서구 운천로 213 스키야랜드 309호
회장·발행인·편집인 김 평 호 편집국장 직무대리 서 선 옥		
동부취재본부	전남 순천시 충효로 63 가동 2호	(061) 905-2011
서울취재본부	서울시 노원구 공릉로 62가길 16-1	(02) 2238-0003
기사계보 (062) 222-2580	광고직통 (062) 228-2580	팩스 (062) 222-5547
등록번호 광주가 00021 (연간) / 1946년 4월 창간 / 구독료 월 10,000원 1부 500원 인 쇄 mpn		
본지는 신문 윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다.		

호남신문 후원 및 회원제 시행합니다

결코 쉽지 않은 길이지만 저희가 개척하겠습니다.
지금보다 건전해질 수만 있다면 어렵지만 마다하지 않겠습니다.
외부로부터의 어떠한 압력이나 간섭에서도 자유롭기 위해서라면 당장의 손익에 급급해 하지 않겠습니다.

호남신문의 후원 및 회원제를 시행합니다.
액수의 많고 적음을 떠나 회원 여러분의 피와 땀이 배인 후원금을 소중히 접수하겠습니다.
후원금으로 광고의 일부를 대체해 광고주의 유행형 압력 등 편집권 침해로부터 탈피해 자유로운 제작이 이뤄질 수 있도록 할 것 입니다.
호남신문은 후원 및 회원제의 시행으로 왜곡되지 않은 정론을 펼치는데 지역인론의 선봉장 역할을 자임합니다.

전국 일간지 최초로 복지면을 할애해 사회적 약자와 취약계층의 권익향상에 힘쓰고 있는 호남신문은 후원회원제를 통해 보다 더 굳건하게 뿌리를 내릴 수 있도록 노력하겠습니다.
당장 눈에 띄는 획기적인 성과를 기대하겠습니까마는 한 걸음 한 걸음 내딛다보면 작은 내가 모여서 강을 이루듯 우리가 지향하는 목표점에 다다를 수 있지 않을까 합니다.
호남신문은 후원 회원들의 자발적 후원으로 운영되는 시스템을 차차 정착시켜 나갈 것입니다.
호남신문의 작지만 큰 변화의 몸부림에 시도민 여러분의 적극적인 동참을 기대합니다.

