

# 마트 평일에 쉬니... 전통시장 매출 올라 '원원'

### 청주 육거리시장 평일 결제액 11%↑ 마트 휴일결제는 16%↑ 2021년 제정 유통발전법 시대 역행... 온라인쇼핑만 배불러

(1면에서 계속) 앞서 대구광역시와 올해 2월 의무휴업 평일 전환을 시작했고, 5월 청주시가 적용했다. 대형마트 의무휴업일 평일 전환 효과는 긍정적인 것으로 나타났다.

대구광역시가 의무휴업일 평일 전환 후 6개월간 분석한 결과 슈퍼마켓·음식점 등 주요 소매업(대형마트·준대규모점포(SSM)·쇼핑센터 제외) 매출은 전년 동기 대비 19.8%, 대형마트와 SSM 매출은 6.6% 증가했다. 특히 음식점 25.1%·편의점 23.1% 등은 타 업종에 비해 큰 폭의 매출 증가세를 보였다.

이러한 소매업종 매출 증가율은 의무휴업일을 일요일로 유지하고 있는 인근 지자체인 부산 16.5%·경북 10.3%·경남 8.3%와 비교해 상당한 폭의 차이를 보이고 있다. 의무휴업일 규제 완화가 지역상권과 지역 경제 활성화에 긍정적 효과가 있다는 것을 보여준다.

또 대구광역시 내 전통시장의 매출액을 분석한 결과 대부분의 전통시장이 전년보다 매출액이 증가했다. 2·4주 일·월요일 매출액 증가율은 34.7%로 전체기간 증가율 32.3%보다 2.4% 정도 높게 나타났다.

KB증권 조사 결과에서도 비슷한 결과가 도출됐다. KB증권에 따르면 의무휴업일을 평일로 바꾼 이후인 이달 5~10일까지 청주 육거리시장은 평일 결제액이 11.6% 증가한 반면, 대형마트 3사(이마트·롯데마트·홈플러스)는 10.7% 줄었다.

반대로 휴일에는 대형마트의 매출이 16.9% 상승했고 육거리시장은 4.4% 늘었다. 마트의 평일 휴무에 대한 초기 흥보가 미흡한 점을 고려해도 전통시장의 매출 변화 폭은 유의미하다는 분석이다.

대형마트 의무휴업일이 대형마트 산업 부진을 불러오고, 전통시장이나 골목시장의 활성화 효과는 미비하다는 분석결과도 나왔다.

유통업계에 따르면 이마트·롯데마트·홈플러스 등 3개사의 점포 수는 2017년 410개에서 최근 375개로 줄며 2012년 수준(376개)으로 되돌아왔다.

통계청에 따르면 대형마트의 매출은 2013년 39조1000억 원에서 지난해 34조7739억 원으로 오히려 뒷걸음질 쳤다. 유통산업발전법을 개정한 2012년 3월만 해도 대형마트가 '유통 공룡'으로 통했지만 코로나19 확산 등을 기점으로 성장세가 크게 꺾인 셈이다.

실제 서울 관악구 신원시장과 신사시장의 반경 2km 이내에 구로이마트가 자리잡고 있으며 구로이마트의 휴무와 상관없는 매출을 보이고 있다. 또 두 곳 시장의 반경 1km 내에 롯데마트 관악점이 있었으나 롯데마트는 5년 전 폐점했다.

전통시장도 사정은 비슷하다. 소상공인시장진흥공단에 따르면 전국 전통시장 수는 2013년 1502개에서 2021년 1408개로 줄



었다. 매출·종업원 수도 감소세다. 대형마트와 전통시장의 경쟁력이 약화된 사이 규제 영향권 밖에 있던 온라인 플랫폼과 식자재 마트 등이 그 사이를 메우고 있다.

### 의무휴업 반사이익 '온라인유통'

실제 지난 10년간 유통업체가 대폭 변경되면서 오프라인보다 온라인 플랫폼에서 소비 구매가 증가하는 추세다.

산업통상자원부에 따르면 유통업계 업체별 매출 구성에서 대형마트가 차지하는 비중은 2018년 10월 19.9%에서 지난해 10월 9.9%로 떨어졌다. 반면 온라인 판매 점유율은 같은 기간 31.4%에서 51.9%로 상승했다. 올해 10월 온라인 쇼핑 거래액은 20조 원을 최초로 돌파했다.

업계는 유통산업발전법이 온라인 유통이 활성화되기 훨씬 이전인 2012년에 제정된 만큼 현재 유통업체와 괴리감이 크다는 지적이다. 유통산업발전법은 월 2회 대형마트가 공휴일에 문을 닫고, 밤 12시부터 익일 오전 10시까지 영업할 수 없도록

제한하고 있다. 특히 최근에는 대형마트 영업휴무일 온라인 배송까지 의무휴무제를 적용되고 있다. 현재 관련법에 대형마트와 SSM의 온라인 배송에 관한 영업규제를 담고 있는 규정은 없다. 하지만 법 제처가 영업 제한 시간이나 의무휴업일에 오프라인 점포를 물류기지로 활용해 온라인 영업을 하는 것은 점포를 개방한 것과 같은 효과가 생겨 법에 어긋나는 행위라는 유권해석을 내리면서 논란이 커지고 있는 상황이다.

이커머스(전자상거래)는 공휴일 주말에도 규제를 받지 않고 새벽과 휴일에 배송을 실시한다. 반면 롯데마트·홈플러스는 의무휴업일에는 온라인 배송을 운영하지 않고 있다. 새벽배송을 운영하는 이마트의 경우 관련법에 따라 점포 내 있는 PP(Picking&Packing)센터에서는 새벽배송이 불가능하고, 온라인 전용 물류센터인 네오003에서만 새벽배송이 가능하다.

유통산업발전법의 취지가 전통시장 활성화를 위한 오히려 오프라인 중심인 대형

마트와 전통시장을 규제하며 온라인 쇼핑물에게 날개를 달아준 셈이다. 통계청에 따르면 대형마트 의무휴업 규제가 실시된 2013~2022년 대형마트의 매출액은 33조9000억 원에서 지난해 34조8000억 원으로 10년 동안 약 1조 원의 성장을 이뤘다. 반면 2010년에 창립한 쿠팡은 지난해 매출액만 대형마트 3사의 지난해 매출액 합계인 약 28조 원과 맞먹는 25조 원을 기록했다.

업계 관계자는 "핵심 상권인 서울에서 의무휴업일을 평일로 전환하는 것은 의미 있는 일이다"라며 "대형마트가 문을 닫으면 전통시장을 가는 것보다 쿠팡·컬리 등 이커머스를 찾는 것이 일반적이다. 대형마트와 전통시장은 공존의 개념으로 보고, 경쟁업체는 이커머스로 보는 편이 맞다"고 말했다.

이은희 인하대 소비자학과 교수는 "대형마트를 일률적으로 억제하기보다 부진한 부분은 살려야 유통산업 발전이라는 취지를 달성할 수 있다"고 설명했다.

김나윤 기자 nykim@skyedaily.com

## 공채 늘고 인턴 줄고

### 대기업 취업문 신입 더 좁아져

대기업의 대졸 신입 채용이 점점 줄어들면서 청년 취업에 악영향을 주는 것이 아니냐는 우려가 나온다.

인크루트는 14~21일 자사 회원으로 등록된 기업 768곳을 대상으로 '2023년 채용결산 조사'를 진행해 결과를 28일 발표했다. 이번 조사에서 채용률은 대기업 채용 인원 중 대졸 신입이 차지하는 비중이다.

대기업은 최근 5년간 조사에서 가장 낮은 채용률을 기록했다. 조사에 따르면 대기업 채용률은 2019년 94.5%, 2020년 89.5%, 2021년 91.9%, 2022년 87.2%로 하락세를 보였다. 올해는 73.3%로 크게 떨어졌다.

기업 규모별로 보면 올해 중견기업은 83.5%, 중소기업은 65.1%로 나타났다.

올해 채용시장은 정기 공채가 다소 늘었지만 전체적인 채용 규모는 감소했다. 채용방식은 대기업의 경우 정규직 정기공채 43.9%, 수사·상시채용 36.6%, 인턴 19.5%였다.

지난해 같은 조사에서 정기공채가 17.4%, 수사·상시채용이 52.2%, 인턴 30.4%였던 것을 감안하면 정기공채는 약 2.5배 증가하고 인턴 비중은 크게 줄었다.

정기공채 증가에도 채용규모가 늘지는 않았다. 올해 대기업 채용규모는 한 자릿수 채용이 33.3%, 두 자릿수는 54.5%, 세 자릿수는 12.1% 수준이었다.

지난해에 한자릿수 24.4%, 두자릿수 58.5%, 세자릿수 17.1%였던 것과 비교하면 한자릿수 비중은 늘고 세자릿수 비중은 줄었다.

올해 정규직 대졸 신입을 1명 이상 채용한 기업에 채용 시기(복수 응답)는 상반기 채용 시즌인 3월이 60%로 가장 많았다. 이어 1월 44.4%, 9월 43.1%, 10월 41.6% 순이었다.

김기찬 기자 gckim@skyedaily.com

## 주춤한 제조업·수출기업... 12월 기업체감경기 '제자리걸음'

### 전산업 BSI 70으로 전월과 동일 화학물질·제품·금속가공 부진

기업들이 체감하는 경기 수준이 크게 나아지지 않은 것으로 드러났다. 비제조업 현황 실적은 연말 계절적 요인으로 소폭 회복됐지만 제조업은 수출기업 부진에 따라 업종마다 상이한 실적을 내면서 한 달 만에 마이너스로 돌아섰다. 다음달 업황

전망도 밝지 않은 상황이다.

28일 한국은행에 따르면 12월 전 산업 업황 기업경기실사지수(BSI)는 70으로 전월(70)과 동일했다. 10월 업황 BSI(70)를 시작으로 올 2월(69) 이후 8개월 동안의 최저치 수준을 세 달 연속 이어가고 있다. 내년 1월 전 산업 업황전망 BSI도 전월(69) 대비 1p 하락한 68를 기록했다.

BSI는 현재 경영 상황에 대한 기업들의 판단과 전망을 바탕으로 산출된 통계다. 금

정적인 응답이 부정적인 응답보다 많으면 지수가 100을 넘고 그 반대로 100을 밑돈다. 업종별로 보면 제조업 업황 BSI는 전월과 동일한 70을 기록했다. 반도체 장비업체의 실적 개선으로 '기타 기계·장비'(+9p)와, 반도체 가격 회복 등으로 '전자·영상·통신장비'(+1p) 등이 상승했다. 하지만 중국산 저가 화학제품 공급 여파로 '화학물질·제품'(-6p)이, 건설 경기약화에 따른 수요 감소로 '금속가공'(-6p) 등이 하락한 게

영향을 미쳤다.

기업 규모형태별로는 중소기업(66)과 내수기업(70) BSI가 한 달 전보다 각각 1p 2p 올랐다. 대기업은 75로 전월과 동일했고 수출기업은 70으로 전월(75) 대비 5p 하락했다. 다음달 전망은 밝은 편이다. 제조업의 내년 1월 업황전망 BSI는 전자·영상·통신장비, 1차 금속 등이 각각 6p 8p 상승하면서 전월 대비 1p 상승한 69로 조사됐다. 대기업(76)과 수출기업(73)이 3p씩 상승했고

중소기업(62)과 내수기업(67)은 전월과 같은 전망치를 유지했다.

비제조업 업황실적 BSI는 전월 대비 1p 상승한 70로 집계됐다. '정보통신업'(+4p), '운수·창고업'(+3p), '전문·과학기술 서비스업'(+2p) 등이 상승한 결과로 보인다.

다만 내년 1월에는 크게 꺾인 전망이다. 다음달 비제조업 업황 BSI는 전월 대비 3p 하락한 68로 조사됐다. 2020년 12월(68) 이후 3년 만에 가장 낮은 수준이다. 이달 실적 개선을 이끌었던 정보통신업(-10p)과 전문·과학기술 서비스업(-8p)이 부진할 것으로 예상된다.

윤승준 기자 siyoon@skyedaily.com

# 대한민국 으랏차차

# 칙

**캠코와 국민이 함께 위기를 극복하겠습니다**

도전하는 기업에겐 **기회 도착!** 부채로 힘든 소상공인에겐 **희망 인착!**  
 활용도 낮은 공공자산엔 **가치 정착!** 함께하는 **따뜻한 금융** 힘 모아 돕겠습니다.

국민에 안정을 기업에 활력을 국가자산에 가치를 더하는 리딩 플랫폼 **한국자산관리공사**

금융위원회 **캠코** 한국자산관리공사 홈페이지 [www.kamco.or.kr](http://www.kamco.or.kr) 문의 1588-3570