어려운 패션 시장서 'K-애슬레저' 나홀로 성장

젝시믹스·안다르 2분기 영업익 전년比 136%·50%↑
카테고리 확대 등으로 '해외시장'서 인기

최근 패션업계의 불황이 깊어지고 있는 가운데 K-애슬레저 브랜드가 나홀로 높은 성장세를 보이고 있다.

시장조사기관 트랜드리서치가 조사한 '2024 한국패션산업 빅데이터 트랜드'를 살펴보면 올해 국내 패션시장 규모는 49조5544억원을 기록할 전망이다. 전년(48조4167억원) 대비 2.3% 증가에 그친 수치다. 이런 상황 속 애슬레저는 폭발적인 성장을 하고 있다.

애슬레저는 '운동'을 의미하는 '애슬레틱'(athletic)과 '여가'를 뜻하는 '레저'(leisure)의 합성어로, 스포츠웨어를 기반으로 한 활동적이면서도 편해 보이는 옷차림을 일컫는 용어다. 대표적으로 레깅스가 있다.

애슬레저는 스포츠웨어와 아웃도어의 장점을 취하면서, 언제 어디서든 편하게 입고 활동할 수 있는 스타일로 2012년 전 세계에 첫 선을 보였을 때만 하더라도 업계에서는 트렌드의 하나로 인식했다.

10여년이 지난 지금, 애슬레저는 다양한 패션 영역 중의 하나로 자리잡았고, 급성장하는 패션의 한 '축'이 되어 가고 있다.

특히 애슬레저의 대표격인 레깅스는 시장에서 가장 가속화하는 카테고리다. 유로모니터에 따르면 지난해 한국 레깅스 시장은 1조628억원 규모로 전년보다 9.1% 성장했다.

현재 K-애슬레저는 젝시믹스와 안다르가 이끌고 있다. 업계에 따르면 브랜드엑스코퍼레이션이 운영하는 젝시믹스는 올해 2분기 연결기준으로 매출 740억원과 영업이익 119억원을 거뒀다. 작년 동기 대비 32%, 136% 각각 늘었다. 에코마케팅이 전개하는 안다르의 2분기 매출액은 671억원으로 작년 동기보다 9% 성장했다. 2분기 영업이익은 105억원으로 50% 증가했다.

젝시믹스는 업계 수위 브랜드로, 국내외 애슬레저 성장세와 맞물려 6년 연속 성장세를 유지하고 있다.


젝시믹스 중국 톈진 매장 앞 북적이는 고객.(사진=젝시믹스)

2021년 1430억원의 매출을 기록한 젝시믹스는 2022년 1912억원, 2023년 2214억원으로 우상향으로 성장했으며 올해 상반기에만 1246억원의 매출을 올렸다. 지난 2022년 매출 1691억원, 지난해 매출액 2026억원을 기록한 안다르는 올해의 경우도 상반기(1019억원)만 매출 1000억원을 넘겼다.

현재 이 두 기업은 한류스타를 모델로 내세워 국내 뿐 아니라 해외에서도 인기몰이를 하고 있다.

젝시믹스와 안다르는 이제 국내를 넘어 해외로 눈을 돌려 사업을 확대하고 있다. 일본, 대만, 중국법인을 비롯해 전세계 55개국에 진출한 젝시믹스는 올해 일본 오사카와 나고야, 중국 창춘과 톈진, 상하이에 잇달아 매장을 오픈하며, 해외고객과의 접점도 넓혀가고 있다.

젝시믹스 일본법인의 매출은 2020년 25억원에서 지난해 78억원으로 지속적인 성장세를 보이고 있다. 지난해 대만 매출도 약 54억원으로, 2022년 대비 약 41% 이상의 성장율을 기록했다.

안다르는 국가 별 특징에 맞는 전략을 수립해 글로벌 애슬레저 브랜드로 나가고 있다. 동남아와 유럽 쪽 진출 교두보로 삼은 싱가포르에서는 1년 만에 누적 매출 100억원을 달성하며 순항 중이며, 뜨거운 인기에 힘입어 싱가포르 오차드거리 다카시마야 백화점 2호 정식 매장 오픈을 앞두고 있다. 일본 시장 역시 진출 1년 반 만에 누적 매출 130억원을 돌파했으며, 일본 열도 주요 지역에 거점을 두고 팝업스토어를 오픈해 흥행 돌풍을 일으키고 있다.

업계 전문가들은 K-애슬레저의 성공 요인으로 카테고리 확장과 스타마케팅을 꼽고 있다.

패션 업계 전문가는 "레깅스로 주로 알려진 이 기업들이 최근 언더웨어, 스윔웨어, 맨즈 라인업 등 카테고리를 확장해 국내 뿐 아니라 해외 시장에서 경쟁력을 확보하고 있다"며 "아이돌과 한류배우를 모델로 발탁해 공격적 마케팅을 펼치며 브랜드 선호도를 향상시켰다"고 말했다.

배종완 기자 bjw3631@asiatime.co.kr

배달의 민족
중소상공인 노무 컨설팅

배달의민족(이하 배민)이 동반성장위원회와 함께 중소상공인을 대상으로 무료 노무 컨설팅을 진행한다.

배민을 운영하는 우아한형제들은 동반성장위원회와 함께 중소상공인을 대상으로 6일부터 3주간 '우아한 노무 해결사' 프로그램 신청을 개시한다고 밝혔다.

우아한 노무 해결사는 배민이 소상공인연합회, 한국공인노무사회와 손잡고 소상공인을 위해 시작한 무료 노무 컨설팅 프로그램이다. 근로 계약서 작성, 4대 보험, 임금, 근로시간 등 복잡한 노무 문제로 어려움을 겪는 소상공인을 위해 공인 노무사가 가게에 직접 방문하거나 전화통화로 1:1 컨설팅을 하는 방식이다.

또 배민외식업광장 전문가 Q&A를 추려 정리한 노무 상담 사례집과 함께 관련 교육을 제공한다. 지난해 9월 첫 사업을 시작해 현재까지 500여 명을 대상으로 컨설팅과 노무 교육을 진행했다.

이번 하반기 프로그램부터는 동반위와 손잡고 컨설팅 지원 대상을 더욱 확대했다. 기존에는 소상공인을 대상으로 진행했지만, 이번엔 중소기업도 포함했다.

배종완 기자 bjw3631@asiatime.co.kr

한진-中 AWOT
이커머스 물류 확대

한진이 중국 현지 물류 기업과 손잡고 이커머스 물류 시장을 확대한다.

한진은 중국 대표 물류 기업 에이왓글로벌코퍼레이션(AWOT Global Corporation, 이하 'AWOT')과 이커머스 전문 합자법인을 발족했다고 6일 밝혔다.

한진은 지난 5일 중국 선전에서 AWOT와 함께 합자회사인 '한진 글로벌 익스프레스 선전(Hanjin Global Express Shenzhen Co., Ltd.)'을 발족하고 글로벌 운송 분야에 있어 양사가 보유하고 있는 풍부한 노하우와 네트워크 인프라를 결합해 아시아를 기반으로 한 영업을 확대해 나가기로 뜻을 모았다.

법인 출범식에는 한진 노삼석 대표이사 사장과 조현민 사장을 비롯해 AWOT 로저 허(Roger He) 사장 등이 참석했다.

AWOT은 중국 광저우시에 본사를 두고 해외 50개 글로벌 지사를 운영하는 연 매출 5조원 규모의 중국 및 아시아 지역의 전문 물류기업이다. 또한 중국발 이커머스 시장은 지난 5년간 연평균 23%로 매우 빠르게 성장하고 있어 물류에 대한 수요 역시 다양하게 요구되고 있다.

배종완 기자 bjw3631@asiatime.co.kr

배달 수수료 부담에… 프랜차이즈 '탈출구' 찾기

배민클럽 가입 재고
수수료 낮은 플랫폼 인기



배달의민족 라이더 오토바이들. (사진=연합뉴스)

'배달 플랫폼' 경쟁으로 소비자들은 무료배달 혜택을 받고 있지만, 배달비 부담이 입점 매장에 전가되면서 대형 프랜차이즈에서도 볼멘소리가 터져 나오고 있다.

6일 업계에 따르면 롯데리아를 운영하는 롯데GRS는 최근 점주들에게 '배민클럽' 도입 시 가맹점의 수익성이 떨어질 수 있다는 안내를 하며, 가맹점주들이 해당 내용을 참고해 배민클럽 입점 여부를 직접 결정할 수 있도록 했다.

롯데GRS 관계자는 "입점 여부는 점주들의 판단에 달려 있다. 강제성은 없다"면서도 "새로운 정책이 생겼기 때문에 수수료 등 비용 증가에 대한 부분을 안내했다"고 설명했다.

배달의민족의 '배민클럽'은 가입 소비자에게 알뜰배달 배달비 무료, 한집배달 배달비 할인 혜택을 제공하는 서비스다. 지난 5월부터 무료 체험 형태로 도입됐고, 오는 11일부터 유료로 전환된다. 소비자는 일정 금액을 지불하면 무료 배달 혜택을 받을 수 있지만, 무료 혜택에 대한 비용이 점주들에게 전가되고 있다는 비판 목소리도 있었다. 소비자가 무료로 이용하는 배달비는 점주들이 부담하는 시스템이기 때문이다.

롯데리아가 취한 행보에 자영업자 약 160만명이 모여 있는 네이버 카페 '아프니까 사장이다'에서는 "조그만 사업장 입장에선 부럽다"는 반응을 보이고 있다. 높은 수수료로 부담을 겪고 있다는 한 자영업자는 "대형 프랜차이즈들이 더 들고 일어났으면 좋겠다"고 토로하기도 했다.

대형 프랜차이즈를 운영하는 업체들은 "배달 수수료에 대한 문제는 점주들 사이에서 꾸준히 나오고 있는 과제"라고 입을 모았다.

프랜차이즈 업체 관계자 A씨는 "배달비 수수료 부담이 크다 보니까 본사에서도 배달 플랫폼과 수수료 협상을 꾸준히 진행하고 있다"면서도 "하지만 배달 플랫폼에서 발생하는 매출이 크다 보니 본사 입장에서는 포기하라고 하기에도, 적극 장려하기에도 어렵다"고 토로했다.

유통업계 관계자 C씨는 롯데리아와 같이 높은 수수료로 인해 배달 플랫폼 입점을 하지 않는 사례가 계속 발생할 것이라고 내다봤다.

수수료가 높은 배달 플랫폼에 대한 의존도를 낮추기 위해 다른 플랫폼을 활성화하기 위해 노력하고 있다는 목소리도 있었다.

신한은행 배달 플랫폼 '땡겨요'의 중개수수료는 2%로, 배달의민족·쿠팡이츠(9.8%)와 비교하면 5분의 1 수준이다.

김민솔 기자 kms@asiatime.co.kr

더존비즈온 일자리 창출 공로 인정

더존비즈온이 정부 정책에 발맞춰 지속적인 일자리 창출과 인재 양성에 기여한 공로를 인정받았다.

더존비즈온은 '2024 일자리창출 유공 정부포상 수여식'에서 청년 일자리 창출에 앞장 선 공로를 인정받아 '대통령표창'을 수상(수상자: 인사기획 유닛장 남동실 부장)했다고 6일 밝혔다.

이 행사는 고용노동부가 청년 고용 촉진, 고용 안정 등에 선도적 역할을 한 개인과 기업을 발굴해 포상하는 제도다.

더존비즈온은 '청년 디지털 인재 육성'을 통해 준비된 청년 구직자들을 채용하고 직무 경험의 기회를 제공하는 다양한 프로그램을 운영해왔다. 산학협력의 일환으로 주요 대학들과 컨설턴트 양성 아카데미와 장기현장실습(IPP) 과정과 직무 인턴 기회를 제공했다.

또한 한국소프트웨어산업협회(KOSA), 부산정보산업진흥원(BIPA), 비트교육센터 등과 연계해 개발직군 채용연계형 프로그램을 통해 개발자 교육 과정을 운영했다. 우수 수료생을 중심으로 매해 정규직과 채용연계형 인턴을 두 자릿수 규모로 채용했다.

특히, 이번 수상은 더존비즈온이 2년 연속 고용노동부의 일자리창출 사업에 선정되며 관련 프로그램을 성공적으로 이끌어 온 노력이 결실을 맺었다는 평가다.

실제로 더존비즈온은 2023년부터 현재까지 고용노동부 주관 '미래내일 일경험 사업(ESG지원형)'을 통한 프로그램을 연속성 있게 운영하며 청년 일자리 창출과 사회적 가치 실현에 기여해오고 있다.

더존비즈온이 운영 중인 'The EJC'는 한국생산성본부(KPC)와 함께 ERP 주니어 컨설턴트 양성에 초점을 맞춰 현장실무 중심의 IT 인재 양성을 목표로 공동 운영하는 프로그램이다. 2023년 말 기준 청년구직자 50명에게 일경험 기회를 제공하고 이 가운데 12명을 정규직에 채용했다.

김보연 기자 bykim@asiatime.co.kr

LG U+ DCXI 평가서 이통 부문 1위

LG유플러스의 데이터 기반 디지털 전환 활동 성과가 높은 평가를 받았다.

LG유플러스는 한국표준협회(KSA) 주관 '2024 디지털고객경험지수(DCXI)' 평가에서 최고점을 획득, 이동통신 부문에서 단독 1위를 차지했다고 6일 밝혔다.

LG유플러스가 1위를 기록한 디지털 고객경험지수는 고객이 다양한 디지털 채널에서 제품 및 서비스 구매 시 겪은 경험에 대한 만족도를 평가하는 지표다. 한국표준협회는 이동통신, 종합가전, 은행 등 15개 산업분야의 48개 기업을 대상으로 평가했다.

올해 처음으로 이뤄진 이동통신 부문 평가에서 LG유플러스는 그동안 모바일 고객센터 '당신의 U+', 맞춤형 구독 서비스 '유독', 반려가구 전용 플랫폼 '포동' 등 혁신적인 디지털 서비스를 선보이며 차별화된 고객가치를 만들어 온 것으로 평가받았다.



(왼쪽부터) 방욱재 LG유플러스 디지털커머스개발Lab장, 강명수 한국표준협회장, 전경혜 디지털CX담당. (사진=LG유플러스)

LG유플러스는 통신을 쉽게 이해하고 접근할 수 있도록 데이터와 AI를 기반으로 고객센터 앱 '당신의 U+'를 개선했다. 분산된 기능을 통합하고 접근성과 편리성을 높이기 위해 통신 3사 최초로 고객센터 앱에 멤버십 혜택까지 통합하는 작업도 진행중이다.

기존 고객센터 앱은 요금제 가입 및 변경, 휴대폰 정지 등 궁금한 것을 묻고 불편한 점을 해결하기 위해 많이 사용됐다.

반면 당신의 U+는 고객센터의 기능에 모바일·홈 기기 및 악세서리 구매, 셀프 업무 처리, 멤버십 혜택 제공 등 고객이 원하는 서비스를 주도적으로 이용할 수 있도록 추가했다. 단순한 '고객 지원센터'를 넘어 '가치 소비센터'의 역할을 수행하게 된 것이다.

다양한 기능들이 추가됨에 따라 고객 혼선은 줄이고 원하는 업무와 혜택을 정확히 제공하기 위해 고객 데이터와 AI를 활용한 검색 및 추천도 적용됐다. 이외에도 가장 기본인 상담채널도 고객 만족도를 높이기 위해 PC·모바일 챗봇, 콜봇 등을 도입했다. 특히 챗봇의 경우 문의를 했으나 문제를 완벽히 해결하지 못해 상담사와 통화하는 사례를 집중 분석해 기능과 UX를 강화했다. 그 결과 챗봇 이용 고객 중 상담사와 통화하는 비율은 올해 초 대비 7월 약 68%가 감소하는 성과를 이뤘다.

김보연 기자 bykim@asiatime.co.kr

인터넷 접속 장애… 보상안 마련

지난 5일 오후 4시 57분부터 저녁 9시 58분까지 전국적으로 발생한 인터넷 접속 장애가 5시간 만에 복구됐다.

과학기술정보통신부는 6일 인터넷 접속 장애의 원인을 조사하고 있다고 밝혔다.

과기정통부는 "보안 소프트웨어(SW) 업체의 방화벽 교체작업 시 인터넷 트래픽이 과다 발생했고 일부 무선공유기에서 해당 트래픽을 처리하지 못해 인터넷 접속 장애가 발생한 것으로 현재 파악하고 있다"고 밝혔다.

장애를 일으킨 무선 AP 기기는 국내 10만대 미만 보급된 것으로 알려졌다. 통신 3사는 각사 홈페이지 및 고객센터를 통해 장애 신고를 접수하고 있다. 문제의 무선 AP를 사용한 KT와 SK브로드밴드는 장애 복구를 공지하고 장애가 지속될 경우 무선 AP 전원을 껐다 켠 후 사용할 것을 당부했다.

LG유플러스는 사설 공유기로 접속 장애를 겪은 이용자를 위해 사설 공유기 리셋 및 미복구 시 최신 소프트웨어로 업그레이드를 안내했다. SK브로드밴드와 KT는 정확한 피해 규모 파악한 후 요금감면 등 보상안을 마련한다는 입장이다. LG유플러스는 고객이 직접 구매한 사설 공유기(IPTIME)에서 장애가 발생한 만큼 보상을 진행하지 않을 것으로 알려졌다. SK브로드밴드와 KT는 약관에 따라 이용자의 귀책이 없는 장애로 요금감면에 해당한다고 보고 하루치 요금을 감면할 예정이다.


서울시내 휴대폰 판매점. (사진=연합뉴스)

과기정통부는 "통신사와 24시간 비상 연락 체계를 가동해 상황을 모니터링하고 있으며 전문가와 이번 장애의 원인을 철저히 조사해 유사 사례가 반복되지 않도록 하겠다"고 덧붙였다.

김보연 기자 bykim@asiatime.co.kr