

「면세산업 발전과 고용안정을 위한」 국회세미나

| 주최 |  국회의원 고용진 (국회 기획재정위원회)

| 주관 |  한국면세점협회

포스트

코로나 시대의 면세산업 발전과 고용안정 방안



2022. 11. 14. (월) 10시

국회의원회관 제8간담회의실

좌 장 한진수 (경희대학교 교수)

발 제 변정우 (경희대학교 명예교수)

패 널 김재호 (인하공업전문대학 교수)

손승표 (성결대학교 교수)

최영전 (기획재정부 관세제도과장)

김원식 (관세청 보세산업지원과장)

세미나 일정

- 일 시: 2022년 11월 14일(월) 10:00~12:00
- 장 소: 국회의원회관
- 식 순

(사회자: 최승환 비서관 (고용진 의원실))

시 간		주요 내용	비고
10:00 ~ 10:20 (20')	개회	<ul style="list-style-type: none"> • 인사말, 환영사, 축사, 좌장소개 등 - 인사말 : 김태호 협회장 - 환영사 : 고용진 의원 (민주당, 기획재정위원회) - 축사(서면) : 방기선 기획재정부 1차관 윤태식 관세청장 	
10:20 ~ 10:50 (30')	발제	포스트 코로나 시대의 면세산업 발전과 고용안정 방안	
10:50 ~ 11:40 (50')	종합토론	<ul style="list-style-type: none"> • 토론 ('4인') - (학계) 김재호 교수, 손승표 교수 - (정부) 최영전 과장, 김원식 과장 	
11:40 ~ 12:00 (20')	질의응답	• 플로어 질문	현장 질문
12:00	폐회	• 세미나 종료	

CONTENTS

인사말

김태호 한국면세점협회장	i
--------------------	---

환영사

고용진 국회의원 더불어민주당 서울노원갑 국회기획재정위원회	iii
---------------------------------------	-----

축 사

방기선 기획재정부 제1차관	v
윤태식 관세청장	vii

발 제

포스트 코로나 시대의 면세산업 발전과 고용안정 방안	
변정우 경희대학교 명예교수	1

토 론

김재호 인하공업전문대학 교수	29
손승표 성결대학교 교수	35
최영전 기획재정부 관세제도과장	39
김원식 관세청 보세산업지원과장	43

질의응답

인사말



김태호
한국면세점협회장

안녕하십니까? 한국면세점협회장 김태호입니다.

먼저 한국 면세산업의 발전과 업계 종사자들의 고용안정 방안을 협의할 수 있는 뜻깊은 자리를 마련해 주신 고용진 의원님께 감사 인사를 드립니다. 또한 오늘 토론의 발제를 맡아주신 변정우 교수님, 좌장을 맡아주신 한진수 교수님, 토론에 참석해 주신 김재호 교수님, 손승표 교수님 그리고 기획재정부 최영전 관세제도과장님과 관세청 김원식 보세산업지원과장님께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

우리나라 면세점은 1962년 김포공항에 최초 개점 이후 불과 60년 만에 세계 1위의 경쟁력을 갖춘 글로벌 산업으로 성장하였고 2019년에는 연매출 24조 8,586억 원을 기록하며 국내 면세점 산업이 관광산업이자 동시에 유망한 수출산업임을 증명하였습니다.

그러나 그동안 국내 면세점 산업은 특혜산업이라는 인식이 강해 많은 규제를 받아왔습니다. 매출 규모에 따라 부과되는 특허수수료 등 각종 규제들로 인해 사업자의 부담은 지속적으로 커지는 상황에서 일부 면세점은 사업에서 철수하는 등 면세점 산업의 불확실성은 커져만 가고,

더욱이 코로나 상황의 장기화로 인해 면세점 산업에 몸담고 있는 종사원들의 고용안정 역시 크게 위협받고 있는 상황입니다.

특히 코로나19 팬데믹으로 그동안 면세점 수요를 뒷받침해주던 해외 관광수요가 급격히 붕괴되면서 국내 면세점 산업은 그동안 겪어보지 못했던 최악의 경영위기에 직면하였으나, 다행히 정부의 특허수수료 감면, 미판매 재고의 통관 허용, 공항 면세점 임대료 감면 조치, 특별고용지원업종 지정 등 적극적인 지원 정책 덕분에 국내 면세점 산업은 붕괴위기를 모면할 수 있었습니다.

한편, 우리 면세점 업계는 올해에는 코로나 위기로부터 벗어나 일상으로 복귀할 수 있을 것으로 기대하였으나 '22년 9월까지 누적 매출액은 '19년 동기간 대비 27% 감소, 구매객 수는 '19년 동기간 대비 80% 감소하는 등 위기가 지속되고 있습니다. 또 최근 대내외적으로 고금리, 고물가, 고환율과 같은 이른바 “3고 복합 위기”와 중국의 제로 코로나 정책 등 불확실성 요인이 가중되고 있어 면세점 시장의 경영 환경은 여전히 나아지지 않고 있습니다.

다행히도 최근 이러한 우리 면세점 산업의 위기와 변화 필요성에 대해 국회와 정부를 중심으로 깊은 공감대가 형성되면서 면세점 산업을 바라보는 인식도 크게 변하여 구매제도 폐지, 면세제도 상향 등 포스트 코로나 시대의 불확실성에 대응할 수 있는 정책적인 기반이 마련되고 있습니다.

저는 오늘 이 세미나가 정부, 학계, 현장 전문가들이 함께 모여 국내 면세점 산업이 직면한 상황과 리스크를 재점검하는 한편, 불확실성과 어려움에 직면한 국내 면세점 산업의 안정적인 경영환경 조성을 통해 종사원들의 고용불안을 해소하고, 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있는 현실적이고 실질적인 정책적 제언이 이뤄지는 자리가 되기를 희망합니다.

마지막으로 국내 면세산업에 큰 관심을 가지고 오늘의 이 자리를 마련해주신 고용진 의원님께 다시 한 번 감사의 말씀을 드리며, 바쁘신 와중에도 귀한 시간을 내셔서 참석해주신 모든 분들께 감사의 인사를 전합니다. 감사합니다.

환영사



고용진

국회의원 더불어민주당 서울노원갑 국회기획재정위원회

안녕하십니까,

국회 기획재정위원회 소속 더불어민주당 국회의원 고용진입니다.

고환율, 고물가, 고금리 등 경제적 위기감이 고조되고 있습니다. 혹시 최근 공항이나 시내 면세점에 가보셨습니까? 포스트 코로나 시대에 접어들었지만, 많은 인파로 붐비던 예전 모습을 찾아보기 어렵습니다. 2019년 약 7천만명이던 해외 출국 여행객수는 올해 약 1천만 명으로, 면세산업의 회복도 더디게 이뤄지고 있습니다.

국제관광 수요 변화에 직접적인 영향을 받는 면세점의 경우, 세계적인 해외 여행객 감소로 인해 하락한 매출회복이 제대로 이뤄지고 있지 않습니다. 이에 따라 면세점 종사원들의 고용을 담보할 수 없는 위태로운 상황에 직면해있으며, 면세산업과 연계된 고용 인력까지 고려할 시 피해가 더욱 클 것으로 보입니다.

저는 어려운 상황에 직면해있는 면세산업의 피해를 경감시키고자, 2020년 12월 관세법 개정안을 발의하여 면세점의 특허수수료를 50% 감면할 수 있는 환경을 만들었습니다. 또 2020년

국정감사를 통해 “무착륙 관광비행상품”을 이용하는 고객이 면세품을 구매할 수 있도록 정부에 요청하여 면세점 매출이 발생할 수 있도록 지원하였습니다.

정부 역시 면세산업을 위해 2020년 3월부터 공항 임대료를 감면하고, 미판매 면세품 재고를 통관하여 내수 판매할 수 있도록 허용하였습니다. 금년도 3월에는 내국인의 면세품 구매 한도 제도를 43년 만에 폐지한 데 이어, 면세 한도를 상향 조치하는 등 국내 면세산업의 활성화를 위한 지원을 하고 있습니다.

그러나 러시아-우크라이나 전쟁의 장기화로 인한 원자재 수급 불균형은 전 세계적인 에너지 공급망을 교란하여 물가상승을 불러왔습니다. 또 미국의 지속적인 금리 인상 정책은 원-달러 환율을 급격하게 상승시켜 위기에 처해 있는 국내 면세산업의 불확실성을 고조시키고 있습니다. 이처럼 위태로운 대외 환경에 처해 있는 국내 면세산업을 재부상 시키기 위해서는 보다 근본적인 지원책이 필요합니다.

이를 위해 저는 지난 10월 면세점 특허를 받은 사업자가 고용을 유지하는 경우 횡수에 제한 없이 특허를 갱신할 수 있도록 하는 『관세법 개정안』을 발의하였습니다. 면세점 운영사업의 지속성을 담보함으로써 면세산업 종사자의 고용 안정성을 높이기 위함입니다. 특허 갱신 제한으로 발생하는 고용불안을 해소하기 위해서는 정부도 법률 개정 작업에 적극적으로 나서야 할 것입니다.

바쁘신 가운데도 면세산업 발전에 관심을 기울여 온 학계 전문가들과 관련 부처 관계자께서 참석해주셨습니다. 오늘의 세미나를 통해 포스트 코로나 시대 국내 면세산업이 처해 있는 상황을 냉철하게 분석하고 향후 면세점의 발전 방향에 대해 심도 있는 논의를 할 수 있는 자리가 되기를 희망합니다.

면세산업에 관심을 두고 발제해주실 경희대 변정우 교수님을 비롯해 좌장을 맡아주신 한진수 교수님, 토론자로 참석하여 주신 인하공업전문대학 김재호 교수님, 한국관세학회 손승표 국장님, 기획재정부 관세제도과 최영전 과장님, 관세청 보세산업지원과 김원식 과장님께 진심으로 감사드립니다. 아울러 그간 행사 준비를 위해 함께 애써주신 한국면세점협회 관계자분들과 자리에 함께하여 주신 여러분께도 다시 한번 감사의 말씀을 전합니다.

최근 코로나가 재유행하면서 확진자 수가 증가하고 있고, 큰 일교차로 인해 독감도 유행하고 있습니다. 모쪼록 건강에 각별히 유의하여 주시고, 코로나가 종식되어 마스크를 벗는 그 날까지 모두 힘내시기를 바랍니다.

감사합니다.

축사



방기선
기획재정부 제1차관

안녕하십니까? 기획재정부 제1차관 방기선입니다.

「포스트 코로나 시대 면세점 발전 및 고용안정 방안 토론회」 개최를 축하드립니다.

글로벌 면세 유통 전문지인 무디 리포트(The Moodie Davitt report, '22)에 따르면 전세계 매출 상위 7개 면세점 기업 중 3개가 우리나라 기업으로서, 우리나라 면세산업은 이미 세계적인 규모로 자리매김 하였습니다.

이러한 배경에는 인바운드(inbound) 관광객의 증가, 창의적이고 효율적인 경영 전략으로 투자와 도전을 아끼지 않은 면세업계의 부단한 노력이 있었으며, 그 결과 이제 우리 면세산업은 해외까지 진출할 정도로 성장하게 되었습니다.

그러나, 코로나19 팬데믹으로 방한 관광객 숫자가 급감¹⁾하고 이로 인해 면세점의 매출도 '19년 25조원이 '20년 16조원, '21년 18조원으로 감소하였고, 종사자 규모도 '19년말 3만 5천명에서 최근 1만 5천명 수준으로 줄어드는 등 면세산업은 어려움을 겪고 있습니다.

1) [단위: 백만명] '19년 17.5 → '20년 2.5 → '21년 1.0 → '22.9월 1.7

이러한 때에 면세점의 발전과 고용안정 방안을 모색하기 위해 개최되는 토론회는 시의적절하고 뜻깊은 행사로 여겨지며, 이번 토론회를 마련해 주신 고용진 의원님과 한국면세점협회에 감사의 말씀을 드립니다.

그간 정부는 면세산업의 어려움을 함께 이겨내고자 지속적으로 노력을 기울여 왔습니다.

매출부진에 빠진 면세점들을 위해 '20년, '21년 매출에 대한 특허수수료를 절반으로 감경하여 약 571억 원 상당을 지원하였고, 금년 3월에는 내국인의 면세점 구매한도를 폐지한데 이어서 9월에는 여행자휴대품 면세한도를 800 달러로 인상하고 주류 면세한도를 2병으로 확대하였습니다.

또한, 면세점 재고물품을 내수용으로 수입 판매할 수 있도록 허용하고, 해외 거주 외국인에게 온라인으로 국산 면세품을 판매할 수 있도록 조치하였습니다.

하지만, 이러한 정부의 노력에도 불구하고 여전히 업계를 둘러싼 비즈니스 환경 개선이 더딘 상황입니다. 한국문화관광연구원의 통계에 따르면 금년 9월까지 출입국 여행객은 '19년 동기 대비 14%에 불과하고, 세계 관광 기구(U.N. World Tourism Organization, '22.9.)에 따르면 다수의 전문가들이 여행객 규모가 코로나19 팬데믹 이전 수준으로 회복하는 시기를 '24년 이후로 전망하고 있습니다.

이에 정부는 현재 5년으로 제한된 면세점의 특허기간을 10년으로 연장하고 특허갱신 횟수도 기업 규모와 관계없이 2회(회당 5년)까지 가능하도록 개선하는 관세법 개정안을 마련하여 지난 9월 국회에 제출하였습니다.

이는 비교적 짧은 특허기간으로 인해 어려움을 겪던 면세점의 경영 안정성을 강화하고 종사자들의 불안감을 해소함으로써 면세산업을 지원하기 위한 것입니다.

정부의 지원 정책이 코로나19로 인한 피해를 극복하고자 노력하는 면세점 업계에 도움이 되기를 기대합니다. 또한, 오늘 토론회가 민간과 정부가 함께 지혜를 모아 면세점 제도 발전과 종사자 고용안정을 위한 방안을 도출하는 성공적인 토론의 장(場)이 되기를 희망합니다.

다시 한번 토론회 개최를 진심으로 축하드립니다.

감사합니다.

축사



윤태식
관세청장

안녕하십니까, 관세청장 윤태식입니다.

먼저 「포스트 코로나 시대의 면세점 발전과 고용안정 방안」 세미나 개최를 진심으로 축하드립니다. 최근 어려운 상황에 처해 있는 면세산업에 관심을 가지시고, 이번 세미나를 준비해주신 국회 기획재정위원회 고용진 의원님께 각별한 감사의 말씀을 드립니다. 또한, 바쁘신 가운데 자리를 빛내주신 각계 전문가분들과 한국면세점협회 관계자분들께도 감사의 말씀을 전합니다.

코로나19가 발생하기 전 국내 면세산업은 지난 40여 년간 면세사업을 통해 축적된 노하우와 뛰어난 경쟁력을 바탕으로 글로벌 면세산업을 선도하였습니다.

그러나, 코로나19 장기화, 주요 경쟁국 면세산업의 급성장 등으로 인해 국내 면세산업은 전례 없는 불확실성과 어려움에 직면해 있습니다.

이러한 맥락에서 오늘 세미나는 국회, 정부, 학계, 그리고 면세점 업계가 모두 모여 코로나19 등으로 위기에 직면한 국내 면세산업의 현 상황을 진단하고 포스트 코로나 시대에 우리 면세산업이 글로벌 시장을 선도해 나갈 수 있는 방안 그리고 면세산업 종사자들의 고용안정 방안을 모색한다는 점에서 매우 시의적절하고, 뜻깊은 자리라고 생각합니다.

면세산업은 외국인 관광객 유치, 한류 확산 등을 통해 국내 관광산업의 경쟁력을 높이는 핵심 관광 인프라입니다. 또한, 일자리, 수출, 부가가치 등 측면에서 국가경제에 미치는 파급 효과도 상당히 큼니다. 이러한 이유로 인해 세계 각국은 자국의 면세산업 발전을 위해 다각적인 노력을 기울이고 있습니다.

이제 우리는 면세산업을 국가로부터 특별한 혜택(특허)을 받는 “높은 수준의 규제가 필요한 산업”에서 ‘글로벌 경쟁산업’으로 인식하는 패러다임의 대전환이 필요합니다.

관세청은 이러한 국내외적인 상황을 엄중하게 인식하고 미판매 재고 면세품의 통관 후 내수 판매, 특허수수료 분할납부 및 납기연장, 무착륙 관광비행시 면세품 판매 허용, 국산품 온라인 해외 판매 허용 등 적극적인 면세점 활성화 정책을 시행하였습니다.

특히, 최근에는 관계기관 협의하에 면세산업의 글로벌 경쟁력 강화와 국민 편의 제고를 목표로 하는 「면세산업 활성화 대책」을 마련하여, 3개 분야 15대 중점 추진과제를 추진하고 있습니다.

그러나, 이러한 노력에도 불구하고 국내 면세산업이 직면한 최근의 대내외 여건은 여전히 녹록치 않습니다. 관광수요 회복속도는 더디고, 글로벌 경기 부진도 현재 진행형입니다.

아무쪼록 오늘 이 자리에서 현재 우리 면세산업이 처한 상황에 대한 냉철한 진단, 면세산업의 글로벌 시장 도약전략 그리고 면세산업 종사자들의 고용안정 방안 등이 심도 깊게 논의되어 국내 면세산업이 현재의 위기를 슬기롭게 극복하고, 포스트 코로나 시대 글로벌 시장을 선도해 나가는데 기여하기를 바랍니다.

다시 한번 세미나 개최를 진심으로 축하드리며, 세미나에 참석하신 모두 분들의 가정에 항상 평안과 행복이 가득하시길 바랍니다.



감사합니다.



발제

포스트 코로나 시대의 면세산업 발전과 고용안정 방안

변정우 경희대학교 명예교수



포스트 코로나 시대의 면세산업 발전과 고용안정 방안

변정우 (경희대학교 명예교수)

- 목 차 -

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 0. 들어가며 | 1. 문제 제기 |
| 2. 코로나19 전후 면세시장 현황과 변화 | 3. 세계 면세시장 동향 |
| 4. 중국 면세산업의 변화와 현황 | 5. 국내 면세산업의 문제와 개선책 |
| 6. 맺는말 | |

0. 들어가며

- 우리나라 면세산업은 2019년까지 매출액 기준 세계 1위를 꾸준히 유지해왔다. 그러나 2020년 코로나19로 인해 국내외 관광객의 출입이 차단되면서 이제껏 우리 면세기업들이 겪어보지 못한 큰 어려움에 직면하였다.
- 특히 우리나라 면세시장의 약 70% 이상 소비해주던 중국 관광객의 한국 방문이 끊기면서 면세산업의 큰 판매 채널이 없어져 버렸다. 지금의 면세점 주 판매 채널은 중국 보따리상인 다이공이 되어 버렸다.
- 다이공에 의한 판매는 우리 면세기업 간 과도한 경쟁으로 많은 송객 수수료를 지불하고 있어서 매출은 많지만 면세기업은 적자를 보고 다이공만 이익을 가져가는 상황이 되어 버렸다.
- 2019년까지 면세매출액 세계 1위였던 우리나라 면세산업의 장래가 매우 불투명해진 데에는 여러 원인이 있지만 그중 하나가 코로나19를 계기로 강력한 면세지원정책으로 중국 최대 면세 기업의 급격한 부상이다. 특히 우리나라 면세점의 주요 고객인 방한 중국 관광객의 면세소비를 중국 내로 내수화 하기 위해 강력한 정책지원을 하고 있어서 향후 우리 면세산업의 미래에 부정적 영향을 줄 것이라 예상된다.
- 이러한 현실에서 우리 면세산업의 현주소를 들여다보고 향후 면세산업 경쟁력 확보를 위해 어떠한 개선과 노력이 필요한지를 살펴보고자 한다.

1. 문제 제기

- 코로나19 이후 우리 면세산업의 현주소는 매우 불투명한 상황이 되었다. 여기에는 중국의 강력한 면세 지원정책이 우리 면세산업을 더욱 어렵게 하여 국제경쟁력 회복이 매우 불분명해졌다.
- 2022년 7월 정부는 “2022년 세계 개편안”을 발표하면서 보세판매장(면세점)의 특허 갱신횟수 조정을 통해 최초 특허기간 10년에 대기업 면세점도 중소기업 면세점과 동일하게 특허 갱신횟수를 5년 2회로, 최대 20년으로 허가 기간을 늘려 주었다. 이는 정부가 면세산업의 어려운 상황을 어느 정도 감안한 것이지만 중국의 면세정책과 비교해 볼 때 아직도 미흡한 것으로 보인다._참조<표-1>

〈표-1〉 코로나 이후 면세산업과 관련된 정부의 주요 지원정책

번호	주요 내용	기타
1	출국장 면세점 영업료 감면 - 면세점 임대료 감면 시행('20.4) 및 최소보장액 대신 여객감소를 연동 할인 적용('20.8 ~ '22.12 종료예정) - 면세점 등 상업시설 임대료 감면액('20.3~'22.6기준) : 약 2조 4,819억원	코로나로 인한 감면조치
2	특허 수수료 감면 관련 관세법(제176조의 2 제4항) 개정 - 2020년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지 발생한 매출액에 대한 특허수수료의 100분의 50을 감경	코로나로 인한 감면조치
3	면세점 및 면세점 종사자에 대한 특별고용지원 업종 지정 - 면세점 특별고용업종 지정('20.4~) 및 면세점 종사자에 대한 특별고용업종 지원대상 확대 시행('20.12~), 지정기간 연장 시행(~'22.12) - 지원실적: '20년) 108개사(8,475명, 261억), '21년) 70개사(4,426명, 222억)	
4	무착륙 관광비행 운영 및 면세점 이용 허용 (21년말에서 22. 6)	
5	내국인에 대한 면세 구매한도액 폐지 ('22. 3)	
6	수입통관 및 제3자 반송 허용, 해외 대량구매자 판매 조건 완화 등 재고품 처리 요건 완화 - 수입통관 대상물품 요건 완화: 6개월('20. 4) → 3개월('20. 10) - 해외대량구매 대상물품 요건 완화: 2~3개월 이상 경과물품 → 주류, 담배 외 전 품목	
7	미입국 외국인에 대한 면세품 온라인 판매허용 - 전자상거래 방식의 면세품(국산품) 판매 허용	

(자료 인용 및 참조: 정부 보도자료 등)

- <표-1>의 정부 면세지원정책은 면세산업의 미래 경쟁력 강화보다는 코로나19로 인한 면세시장의 어려움을 해소하려는 차원으로 보인다. 이에 국내외 면세산업의 시장 동향과 향후 우리와 치열한 경쟁 관계에 있을 중국의 면세정책을 비교, 분석하여 우리나라의 국제경쟁력 제고를 위하여 어떤 변화와 개선이 필요한지를 조사하였다.
- 우리와 똑같이 코로나19로 인해 어려움을 겪은 중국은 이를 역으로 활용해 면세산업의 국제경쟁력 강화로 2020년 이후 중국 기업인 CDFG가 매출액 세계 1위로 올라서는 등 우리

나라와는 많은 차이가 있다. 이런 현실에서 우리 면세산업의 상황 진단과 함께 향후 면세산업의 경쟁력을 회복하기 위해 어떠한 정책과 개선이 필요한지에 대해 제언하고자 한다.

2. 코로나19 전후 면세시장 현황과 변화

1) 면세산업의 특성

- 면세산업은 진입 초기부터 많은 투자를 요구하는 진입장벽이 높은 리스크가 큰 산업이다. 그러나 면세산업이 일간에는 “황금알을 낳는 거위”라고 잘못 알려졌다. 면세산업이 호황일 때의 한 단면만을 보고 이야기한 것으로 보인다. 면세산업은 호황일 때도 있었지만 불황일 때도 많았던 산업이다.
- 2003년 사스 발생, 2009년 신종플루, 과거 2016년 사드배치에 따른 중국정부의 단체관광객 방한금지, 2020년 코로나19 등 질병 및 국제간의 분쟁이 발생할 때 마다 면세기업들은 어려움에 직면할 수밖에 없었다.
- 특히 코로나19는 우리 면세기업들이 지금까지 겪어보지 못한 상황으로 많은 적자를 냈고, 이로 인해 특허권을 반납하는 기업이 생기는 등 어려운 상황이 조성되었다. 이러한 점을 고려할 때 면세산업의 특성을 정확히 이해하는 것이 필요하다. _참조<표-3>
- 면세산업은 초기 투자비가 많이 필요하고, 국내외 환경변화에 따라 수요의 변동성이 심한 산업이다. 판매를 위해 사전에 많은 면세상품을 구입해서 보세창고에 입고하고 ERP 등 전산시스템에 의해 관리되고 있다. 그럼으로 <표-2>와 같이 대기업 면세점들은 막대한 금액의 많은 재고를 갖고 있을 수밖에 없는 구조이다.
- <표-2>와 같이 국내외 면세수요 변동이 발생하여 면세품이 많을 땐 2019년 3조 7천억 원, 적을 땐 2021년 2조 8천억 원이라는 엄청난 규모를 보유하고 있다. 만일 수요의 변동이 발생해 판매할 수 없는 상황이 되면 많은 재고로 인해 면세산업은 큰 어려움을 겪을 수밖에 없는 구조이다.

〈표-2〉 최근 5년간 주요 대기업 면세점의 재고 현황

(단위: 개, 억 원)

구분	면세점 전체 재고 (롯데, 신라, 신세계, 현대, HDC신라)		비 고
	수량	금액	
2018	42,450,792	30,240	
2019	51,486,617	37,714	
2020	32,473,578	29,550	
2021	26,918,969	28,607	
2022(9월)	24,155,282	26,169	

(면세점협회 자료 인용)

- 이렇게 많은 선투자를 요구하는 면세산업은 “규모=경쟁력”의 등식구조가 성립하며 생각보다 진입장벽이 매우 높은 산업이다. <표-4>에서 보는 바와 같이 2019년은 우리나라 면세점이 약 25조원 가까이 매출을 올렸고 2020년의 경우에는 코로나19로 인한 수요 변동성 때문에 매출이 15.5조원으로 낮아졌다. 이렇게 막대한 선투자를 하고도 고객 수요에 따라 변동이 심한 산업이기 때문에 기한이 명시된 한시적 허가제를 면세산업에 적용하는 것은 옳바르지 않다.
- 또한 면세산업은 환율변화에 민감하고, 투자 대비 자본 회수가 느린 산업이기도 하다. 여기에 다가 투자 대비 수익을 창출하는 것도 타 산업과 비교했을 때 쉽지 않다. 면세품을 구매하는 소비자 입장에서는 명품 등 좋은 제품을 낮은 가격에 구입하기 원하는데 이를 위해선 면세기업의 “규모의 경쟁력”이 매우 큰 역할을 할 수밖에 없다. 즉 많은 재원을 투입하고 많은 상품을 판매할 수 있는 기업이 유리할 수밖에 없는 것이 면세산업의 특성이기도 하다. _참조<표-3>

<표-3> 면세산업의 특성

번호	주요 내용
1	<p>초기 투자 비용이 매우 높다.(판매장소 확보, 매장 구성, 사전 상품매입, 시스템 개발)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 시내면세점 매장 100평 기준 약 500 ~ 700억원 소요 - 임대료 : 100~150억원, 매장구성: 150 ~ 200억원, 상품매입: 250 ~ 300억원, 물류·전산시스템구축 : 20억원 등 · 출국장 면세점 : 임대료에 따라 초기 투자 비용이 상이함 - 인천공항 기준 : 연간 임대료 수준이 임대구역 및 면적 등에 따라 최소 800 ~ 3,200억원 수준
2	<p>자본 회수가 매우 늦다. (장기간에 걸쳐 회수하는 구조이다.)</p>
3	<p>면세산업은 수요의 변동성이 매우 크다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 매출은 내외국인 여행객 소비에 기인하지만, 여행 및 관광이 필수재가 아니라 경기여건, 대외적 환경변화에 따라 수요 변동이 크다. - 천재지변, 테러, 주변국과의 외교 관계, 환율 등 대내외적 환경변화에 민감하다.
4	<p>면세산업은 높은 고정비 비중을 요구한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 면세점은 매출의 관계없이 임대료, 인건비, 시설유지보수, 구매 물품의 감각상각 등 고정비 비중이 높아 손익분기점이 높게 형성된다.
5	<p>면세산업은 정부개입과 규제가 강한 산업이다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 세금이 면세(보류)됨에 따라 면세품의 국내시장 유입, 시장교란 우려가 높아 정부개입과 규제정도가 타 산업에 비해 강하다.
6	<p>면세산업은 유통산업과 수출산업, 관광산업이 결합된 형태의 사업구조를 갖고 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일정 공간에서 상품을 내외국인 관광객 대상으로 판매하는 업종으로 판매된 상품이 해외로 반출된다는 점에서 유통, 수출, 관광산업이 결합된 사업 - 외국인에 판매된 국산면세품은 대외무역법상 수출로 인정되며, 관광진흥법상 관광, 편의시설업으로 분류
7	<p>면세산업은 공급자 우위시장이다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 세계적 브랜드의 특성 중 하나인 희소성을 기반으로 고가전략을 추구, 이로 인해 면세사업자의 교섭력은 브랜드사에 비해 다소 열위 - 국가별, 채널별로 브랜드사가 정한 매장 수 정책에 따름으로 면세점이 원하는 브랜드 유치가 어려움 - 이로 인해 다수 브랜드사와 계약, 상품의 대량구매가 가능한 자본력 등 일정 수준의 대형화가 진행된 면세사업자가 시장에서 유리

(저자의 내용정리)

2) 우리나라 면세시장 현황

- 우리나라 면세산업의 상황파악을 위해선 먼저 현황을 살펴볼 필요가 있다. 국내 면세시장 규모는 매출액이 2019년 24.8조원을 넘었다. 그러나 2020년에는 15.5조원에 그쳤다. 그나마 이러한 매출액도 다이공에 의한 매출이었고, 다이공에게 많은 송객 수수료를 부담하다 보니 코로나19 이후 2020년부터 중국 기업에게 매출액 1위를 뺏기고 적자로 돌아선 상황이 되었다. 면세산업은 국내외 환경변화에 매우 민감한 영향을 받는 산업이란 것을 알 수 있다. 참조 <표-4>, <표-5>

<표-4> 국내면세점 유형별 내·외국인 매출실적 ('14년~'20년)

(단위 : 억 원, %)

구분		'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
시내	내국인	10,326	12,840	14,720	17,056	18,622	19,965	2,237
	외국인	43,567	48,995	74,365	94,112	134,899	190,344	141,335
	총 합	53,893	61,834	89,085	111,168	153,521	210,309	143,573
출국장	내국인	11,517	12,631	14,137	15,255	15,512	14,843	2,113
	외국인	13,584	12,076	13,604	12,316	15,011	17,676	4,475
	총 합	25,101	24,707	27,741	27,571	30,524	32,519	6,587
입국장	내국인	'19년도 5월 부 운영					329	107
	외국인						17	6
	총 합						349	113
지정	내국인	3,936	5,310	5,752	5,849	5,464	5,321	4,740
	외국인	141	121	171	90	89	89	44
	총 합	4,076	5,432	5,923	5,939	5,552	5,409	4,784
외교관	7	12	9	6	5	3	2	
총 합 (증감률)	83,077 (21.6)	91,984 (10.7)	122,757 (33.5)	144,684 (17.9)	189,602 (31.0)	248,585 (31.1)	155,052 (-37.6)	

(자료: 국회 및 면세점협회)

<표-5> 면세점 매출액 대비 송객수수료 현황

(단위: 억 원)

분 류	2016	2017	2018	2019	2020	2021
면세매출총액	122,757	144,684	189,602	248,585	155,052	178,334
(전년 대비 매출 증감율)	(33.5)	(17.9)	(31.0)	(31.1)	(-37.6)	(15.0)
수수료 합계	9,672	11,481	13,181	13,170	8,626	38,748
수수료(대기업)	-	-	12,767	12,928	8,616	38,438
수수료(중소/중견)	-	-	414	242	10	310

(자료: 관세청, 면세점협회, 국회자료 인용: TR&DFNews)

- 면세기업의 2020년 매출액은 2019년과 비교해 -37.6%나 급격히 감소하였다. 면세점 매출의 대부분 외국인 매출이었고, 외국인 비중 또한 2019년 83%에서 94%까지 높아졌다. 2019년 우리 면세점 방문객 수는 4,844만 명이었지만, 2020년에는 1,067만 명으로 2019년 방문객 수의 22% 수준이었다. 이때 대부분의 매출은 다이공이란 중국 중계상에 의한 것이었다. 이들의 매출 뒤에는 거액의 송객 수수료가 지불되었기에 면세기업은 적자를 보면서 팔아야 하는 상황이 된 것이다_참조 <표-6> <표-7>

<표-6> 국내면세점 유형별 내·외국인 구매 인원('14년~'20년)

(단위 : 천 명, %)

구분		'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
시내	내국인	4,964	6,746	7,515	8,513	8,502	9,056	1,225
	외국인	6,300	6,857	10,514	6,774	8,805	11,247	1,811
	총 합	11,263	13,603	18,029	15,287	17,308	20,303	3,035
출국장	내국인	10,456	12,298	14,324	15,898	15,553	13,469	1,768
	외국인	9,350	9,075	9,944	8,235	9,302	8,669	1,430
	총 합	19,807	21,373	24,268	24,132	24,855	22,138	3,198
입국장	내국인	'19년도 5월 부 운영					284	91
	외국인						15	6
	총 합						299	97
지정	내국인	3,137	5,543	6,086	6,466	5,883	5,618	4,298
	외국인	115	149	172	101	91	85	41
	총 합	3,252	5,692	6,258	6,567	5,974	5,703	4,338
외교관	1	1	1	1	1	1	0	
총 합 (증감률)	34,323 (16.0)	40,668 (18.5)	48,556 (6.2)	45,986 (-5.3)	48,138 (4.7)	48,444 (0.6)	10,670 (-78.0)	

(주) 구매 인원은 면세점 다중 이용, 이용횟수 등에 따라 중복집계/면세점협회

<표-7> 면세점 업계의 경영공시 상 매출액 및 영업손익('19년~'20년)

(단위 : 억 원, %)

구분	'19년					'20년				
	1Q	2Q	3Q	4Q	합계	1Q	2Q	3Q	4Q	합계
매출액	36,054	38,153	40,387	42,519	157,114	24,499	15,160	24,080	23,075	86,813
영업손익	1,792	1,400	1,284	2,129	6,605	-1,010	-2,048	-744	-142	-3,944
영업손익률	5.0	3.7	3.2%	5.0	4.2	-4.1	-13.5	-3.1	-0.6	-4.5

주) 전자공시시스템에 공시된 면세점기업 6개사의 면세점 부문 매출액, 영업손익

- 최근에는 환율문제가 면세산업에 큰 어려움으로 대두되고 있다. 해외면세품들은 대부분 달러 기준으로 구입하는데 달러 가치의 상승은 그만큼 면세기업의 대외적 리스크를 키워서 기업 경영에 어려움을 주는 상황이 될 수밖에 없다.

- 또한 우리나라는 특이하게도 시내면세점 중심으로 면세산업이 형성되어있다. 외국의 경우 공항면세점 중심으로 면세산업이 형성되는 것과는 다른 모습을 보여주고 있다. 공항면세점의 경우 2019년 약 2.8조원의 매출을 기록했으나 2021에는 1.6천억 원의 매출로 2019년 대비 99%로 매출액이 줄어드는 최악의 상황을 맞기도 했다._참조<표-4><표-8>

<표-8> 최근 우리나라 면세매출 총액 대비 공항면세점 매출총액

연도	우리나라 면세매출 총액	인천공항 면세점 매출총액	비고
2019	약 24조 9천억원	약 2조 8천억원	
2021	약 17조 8천억원	약 1천 6백억원	

(인천공항공사 자료 참조)

3) 면세시장의 고용현황

- 2020년 6개 면세기업의 면세점 부문 경영공시상 영업손실액은 약 4,000억 원을 넘어섰다. 영업손실을 또한 적자로 돌아섰다. 2020년 코로나19 영향이 본격화되면서 면세점 매출이 심각하게 감소하고, 장기화되면서 면세기업들의 영업 손실은 점점 커지는 상황이 지속되었다. 이로 인해 면세기업들의 특허 반납(2019년 60개에서 2020년 53개로 감소)이 나타났고, 결국에는 면세산업 고용시장의 악화로 이어져 면세시장 전체의 침체를 심화시키게 되었다._참조<표-9>, <표-24>
- 고용 측면에서 정부의 고용유지 지원제도에도 불구하고 면세시장의 불확실성이 길어지자 면세점 입점 브랜드 소속 근로자 및 비소속 근로자를 중심으로 면세산업을 떠났다. 2019년 약 3만 5천명 수준이었던 면세 고용인력이 2020년 2만명 수준으로 42.7%나 급격히 감소하였다. 대부분의 이직은 타업종의 전환(백화점 및 일반 유통망 등) 배치, 입점 브랜드의 영업 악화에 따른 고용조정이 발생한 것으로 보인다._참조 <표-9>

<표-9> 연도별 보세판매장 고용현황 ('14년~'20년)

(단위 : 명)

구 분	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
소속 직원	2,363	2,927	3,353	3,356	3,271	4,342	3,705
비소속직원	15,396	17,785	20,769	26,356	26,034	30,598	16,318
총 합	17,759	20,712	24,122	29,712	29,305	34,940	20,023
(증 감 율)		(13.3)	(16.5)	(11.3)	(9.1)	(19.2)	(-42.7)

(자료 인용: 면세점협회)

3. 세계 면세시장 동향

- 코로나19 직전인 '19년 기준, 세계 면세점 시장규모는 전년 대비 약 9.4% 증가한 약 864억 달러로 역대 최고 정점을 찍었다. '15년 글로벌 경기 침체시 일시적 역성장이 있었지만 이후 면세산업은 꾸준히 연평균 10.8% 이상의 높은 성장률을 기록해오다가 2020년에 코로나19로 인해 다시 역성장하게 되었다._참조 <표-10>

<표-10> 전 세계 면세점 시장규모 추이('10년~'19년)²⁾

(단위 : US\$ billion. %)

구분	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19
시장규모	43.2	51.0	55.8	60.0	63.5	62.0	63.6	70.0	79.0	86.4
증가율	-	18.1	9.4	7.5	5.8	-2.3	2.6	10.0	12.9	9.4

(자료 인용: KDI)

- 2019년 코로나19 이전까지 우리나라 면세점의 매출 비중은 전 세계 시장에서 25.6%를 차지했고, 뒤를 이어 중국(10.6%), 미국(5.0%), 영국(4.0%) 순이었다. 그러나 코로나19 이후인 2020년부터는 우리나라 면세점 매출 비중의 절반 이하였던 중국 기업이 정부의 강력한 면세지원정책에 힘입어서 세계 1위가 되어 지금까지 유지하고 있다._참조 <표-11> <표-12>

<표-11> 전 세계 면세점 시장 국가별 시장점유율(상위 10개 국가)('18년~'19년)³⁾

(단위 : US\$ billion. %)

순위	국가	'18년	'19년	순위	국가	'18년	'19년
1위	한국	22.3	25.6	6위	홍콩	3.5	3.2
2위	중국	9.4	10.6	7위	독일	3.6	3.2
3위	미국	5.7	5.0	8위	태국	2.9	3.0
4위	영국	4.5	4.0	9위	일본	2.5	2.6
5위	UAE	3.7	3.6	10위	싱가포르	2.6	2.6

(자료 인용: KDI)

2) Generation Research(2018), "global duty free & travel retail sales" 및 statista(2019), "Duty Free and Travel Retail Industry - Statistics & Facts" 참조

3) Generation Research(2020), "Countries by Ranking all Product Groups in Duty Free & Travel Retail 2019"

- 기업별 매출에서도 지난 수년간 세계 1위를 유지해왔던 DFS(Duty Free Shoppers: 스위스)는 2020년 4위로, 롯데면세점은 48억 2,000만유료(약 6조4,704억원)으로 2019년과 같은 2위를 유지하였다. 코로나19 상황으로 인해 DFS는 자사 지분의 약 10%를 중국 알리바바 그룹에 넘기는 등 경영상 어려움을 겪고 있는 것으로 보인다. _참조: 한국면세뉴스 2021.04.27. _참조<표-12>

〈표-12〉 전 세계 기업별 면세점 매출액 순위('19년~'21년)⁴⁾

(단위 : 백만유로, %)

순위	'19년		'20년			'21년		
	업체	매출액	업체	매출액	전년비	업체	매출액	전년비
1위	듀프리(스위스)	8,138	CDFG(중국)	6,603	8.1	CDFG(중국)	9,369	41.9
2위	롯데(한국)	7,665	롯데(한국)	4,820	-32.6	롯데(한국)	4,046	-16.1
3위	신라(한국)	7,049	신라(한국)	4,291	-33.8	신라(한국)	3,966	-7.6
4위	CDFG(중국)	6,065	듀프리(스위스)	2,370	-71.1	듀프리(스위스)	3,776	59.3
5위	라가르데르(프랑스)	4,500	DFS(미국)	2,300	-45.1	DFS(미국)	3,100	40.9

(자료인용: KDI, Moodie Davitt Report)

- 2020년 기준 전세계 기업별 면세매출액을 보면 중국 최대의 국영 여행사인 중국국제여행사(CITS)의 자회사인 중국 국영면세품그룹(CDFG: China Duty Free Group)이 세계 1위에 올라섰다. CDFG는 2019년까지만 해도 전 세계 4위 업체였는데 코로나19 이후 중국 정부의 강력한 면세지원정책에 힘입어서 유일하게 적자없이 2020년부터 전세계 매출액 1위가 된 것이다. CDFG의 2021년 매출액은 93억 6,900만유로(13조 951억원)로 집계되었다. _참조 <표-12>
- 향후 세계 면세점 매출은 코로나19와 같은 특별한 상황이 발생하지 않는다면 지속적으로 성장할 가능성이 높다. 그러나 우리 면세산업은 면세점 매출의 약 70% 이상을 차지하는 중국 면세소비자가 자국 내 면세소비 유인정책과 경쟁해야함으로 이에 대한 세밀한 준비가 없다면 지속적으로 매출을 이어가는 데에는 많은 어려움이 있을 가능성이 높다.

4) The Moodie Davitt Report(2021), "China Duty Free Group leads global travel retailer rankings for 2020"

4. 중국 면세산업의 변화와 현황

- 중국 정부는 강력한 면세지원정책으로 우리 면세산업의 주 고객인 중국 소비자를 중국(하이난섬) 내로 내수화하려고 한다. 이런 중국의 면세정책변화는 장기적으로 우리 면세 산업에겐 매우 위협적인 상황이 될 가능성이 높다._참조<표-13>

<표-13> 중국 내 면세점 사업자 현황

구분	특징	사업 범위
중국면세품(그룹)유한책임공사 (中国免税品(集团)有限责任公司)	중국 국무원에서 승인한 유일한 전국범위 국유 면세사업자	공항, 국경, 기내, 여객, 기차, 페리, 시내, 크루즈
일상면세점 (日上免税店)	'17년 중국면세점(그룹)유한책임공사에 인수	베이징 수도공항, 상하이 푸둥, 홍콩 공항 등
주해특구면세품공사 (珠海市免税企业集团有限公司)	주하이시의 프랜차이즈 프로젝트, 중국 거리부동산기업 인수 의향 발표('20. 6)	주하이 지역 항구 등
심천특구면세품공사 (深圳市国有免税商品(集团)有限公司)	선전시 정부가 지정, 심천항 면세점 운영을 위해 세관 총국승인을 받은 기업	심천지역 항만, 입·출국장, 크루즈 및 하이난 시내
해남성면세품유한공사 (海南省免税品有限公司)	'11년 해남성에 국한된 면세사업자	하이난 섬 시내 및 공항
중국출국인원서비스총공사 (中国出国人员服务总公司)	중국에 입국한지 180일 이내인 만 16세 이상 자국민에 면세품 판매	상하이, 베이징 시내
중복(하얼빈)면세품유한공사 中服(哈尔滨)免税品有限公司	중국출국인원서비스총공사가 관리	하얼빈 시내
왕푸징그룹 (王府井集团股份有限公司)	'20년 4월 신규 허가 (국무원 및 상하이시)	베이징 시내, 하이난 섬
하이난여행투자면세유한공사 (海南旅投免税品有限公司)	'20년 7월 신규허가	하이난 섬 자유무역구역
해공글로벌정품(해구)면세성 海控全球精品(海口)免税城	'20년 7월 신규허가, 해남성발전홍콩스유한공사의 자회사	하이커우 시내

- 최근 5년간 중국 면세산업은 연평균 성장률 약 22.5% 수준으로 가파른 성장세를 보였다. 특히 '19년 경우 전년 동기 약 38% 수준의 높은 성장률을 보였다.
- 2020년부터 중국은 본격적으로 ① 내수소비의 진작 ② 해외소비의 환류 ③ 하이난 자유무역항 건설 추진 등을 위한 다양한 지원정책을 시행해 면세산업 발전을 모색하고 있다. 주요 추진 사항은 아래 표와 같다._참조 <표-14>

<표-14> 중국 면세산업 주요정책

중국의 면세 주요정책 내용	내용
	1. 면세산업 발전을 위한 전체계획 수립
	2. 면세점 사업 정책시스템 완비
	3. 면세점 사용 한도 및 상품 종류 확대
	4. 중국 물품 판매증진을 위한 플랫폼 구축 계획

자료인용: 소비확대 촉진 및 품질향상 가속화에 의한 강력한 국내시장 현성에 관한 실시의견(국무원, '20. 2)

하이난섬 세부정책지원 내용	코로나19에 대응해 하이난섬 출도한 후 180일 이내 관광객 온라인 쇼핑 기회부여 (하이난섬 인민정부, 20. 3. 23)
	자국면세점 ① 중국제품 판매공간 할당 ② 면세점 전용판매를 위한 고품질 중국제품개발지원 및 전통민족 문화전파 모색
	하이난섬 자유무역항 건설 ① '23년까지 세계 최대 면세점 건설 ② 면세한도 10만 위안 상향 ③ 수입품에 대한 관/부과세 면세 추진
	CDFG 외에 ① 심천특구면세품공사 ② 하이난여행투자면세유한공사 ③ 중국출국인원서비스총공사 ④ 해공글로벌정품(해구)면세성 등 4개 사업자를 추가해 총 10곳 의 면세점 운영

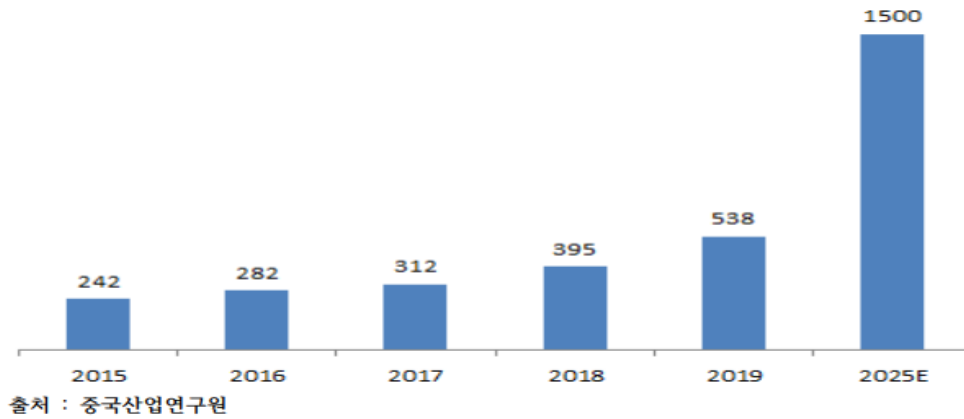
- 중국산업연구원에 따르면 2025년에 중국 면세시장 규모는 1,500억 위안(28조5,000억 원)이 될 것이라 예측하고 있다. 장기적으로는 2,000억 위안(38조원)까지 확대될 것으로 전망하고 있다. _참조: 한국무역협회_상해지부_'중국 하이난섬 면세점 현황 및 시사점'
- 특히 2020년 하이난 관광특구에 중국 정부의 강력한 신규 면세지원정책이 시행되면서 코로나19로 인해 외국관광을 하지 못하는 중국 내륙 관광객들을 하이난섬으로 유도하기 위한 정책을 시행하고 있다. 주요 면세정책 내용은 다음과 같다.
 - ① 관광특구인 하이난섬을 면세지역으로 지정해 중국 내륙인이 이곳에 와서 면세품을 구매하는 경우 외국인이 방문해 면세품을 구매하는 것과 같은 면세 혜택을 주어서 중국 내국인의 해외 면세쇼핑 수요를 하이난으로 적극 유도하고 있다.
 - ② 중국의 면세 구매한도액의 대폭 확대(10만위안: 1,900만원)와 하이난섬의 면세점 개수 및 면세품목의 확대를 통해 중국 내국인의 해외 면세소비를 내수 진작 차원에서 국내 소비로 전환하는 정책을 2020년 6월부터 신속히 추진, 실행하고 있다.
 - ③ 중국 정부는 2011년 12월 5일 “하이난 국내 여행객 면세구매 상점관리 임시방법”이란 면세정책을 통해 하이난 면세점 소비를 위한 내국인 면세점 확대 구축 계획을 세웠다. 이후 지난 2020년 6월에 “하이난 리다오 관광객 면세쇼핑 정책에 관한 공지”를 발표해 중국 대륙 내 내국인들이 하이난의 면세 소비를 적극 유인하기 위해 파격적 조치를 취하였다. _참조 <표-15>
- 이런 결과 2011년 하이난의 연간 면세 매출액은 9억8,600만 위안(1,873.4억원)이었던 것이 2019년 136억 위안(2조 5,840억 원)으로 크게 증가해 전년 동기 대비해 약 30% 이상 증가하였다. _참조: 신시대증권(新時代證券), <면세산업 심층보고서>

- 결과적으로 우리 면세산업과 치열한 경쟁 관계에 있는 중국은 코로나19로 자국 면세산업이 어려움에 처해있을 때 발 빠르게 자국민에게 국내 소비 진작을 유도하기 위한 강력한 면세지원정책을 편 것이 우리의 면세 지원정책과는 확연히 다르다.

〈그림-1〉 중국면세산업 매출 규모 변화 및 전망

〈2015-2025년 중국 면세산업 매출액 규모 변화 및 전망〉

(단위: 억 위안)



〈표-15〉 하이난 면세점 정책변화('17년 ~ '20년)

시행 년도	정책명 (政策名)	적용 대상자	면세품 종류	면세쇼핑 금액 및 횟수 제한		상품종류별 쇼핑 횟수	구매경로 및 방식
				비거주자	거주자		
2017. 01.15	재정부 〈철도이용포함한 하이난내국인여행객면세구매가능대상범위포함〉	만16세 철도 이용 여행객 추가	-	-	-	-	섬 나갈 때, 본인의 기자표, 물건증서, 신분증등 하이커우 기차역 상품인도장 에 보여줌
2018. 12.01	재정부 〈하이난내국인 여 행객면세구매정책 심층조정에관한공 고〉	-	일부 가정용 의료 기계 상품추가	매년 총 3만 위안으로 기 준완화	쇼핑회속 제 한철폐 매년3 만 위안	-	-
2018. 12.29	재정부 〈크루즈이용하이 난내국인여행객면 세구매가능대상범 위포함〉	만18세 크루즈 이용 여행객 추 가	-	-	-	-	섬 나갈 때, 크루즈 표, 신분증을 보여 줘야 면세점이나 인 터넷에서 상품구매 가능
2020. 08.29	재정부해관총서세 무총국 〈하이난 리다오여행객면세 쇼핑정책에관한공 지〉	-	술, 차, 천연벌꿀, 전자제품(태블릿 PC,휴대폰전자계 입기 등 7종류 추 가(총 45종류)	매년 총 10만 위안(1,900만 원)	매년 총 10만 위안(1,900만 원)	화장품30개, 핸드 폰4개, 술 1,500ml 구매가능	-

(출처: 중국재정부, DB금융투자에서 발췌, (1위안: 원화 190원적용))

- 중국은 공항면세점과 함께 시내면세점도 확충하고 있다. 중국은 면세산업의 내수 활성화 측면에서 자국민의 해외면세점에서의 지출을 최소화하고, 이를 국내 소비로 유도하기 위해 하이난의 면세한도액의 대폭 증액, 방문 후 구매횟수 늘리기, 해외 유명브랜드의 유치, 수입품에 대한 관/부가세 면세추진 해외면세점 유치 등 하이난섬을 중심으로 다양한 면세산업 확대를 위한 지원정책을 펼치고 있다.
- 중국의 국영기업인 CDFG는 중국 내 5대 공항 출국장 면세점 사업권을 확보하고, 이를 통해 해외 유명브랜드와의 구매 교섭력을 높이고 있는 것으로 파악된다. 최근 우리나라 시내면세점에 입점한 해외 유명브랜드의 매장 철수가 이와 무관하지 않은 것으로 보여진다.
- 해외 유명 명품업체들이 우리나라를 떠나 하이난 등 중국 주요 도시로 대거 이동하기 시작했다. 샤넬 코리아는 2022년 3월 31일자로 부산과 제주 시내면세점 패션 부티끄 영업을 종료하기로 결정했다. 2022년 1월 루이비통은 롯데면세점 제주점 매장문을 닫았고, 신라면세점 제주점, 롯데면세점 부산점, 서울 잠실 롯데월드타워점에서 이달 말 줄줄이 철수하였다. 앞서 시계 명품인 롤렉스는 지난 2021년 10여개에 이르는 국내 면세점 매장을 대부분 정리했다. _참조 2022.03.08. _중앙일보기사_참조 <표-16>

<표-16> 3대 명품 철수 현황

브랜드	영업 종료 매장(예정사항 포함)
루이비통	롯데 제주점(종료), 신라 제주점(예정), 롯데 부산점(예정), 롯데 월드타워점(예정)
샤넬	롯데 부산점(종료), 신라 제주점(종료)
롤렉스	서울동화(종료), 신세계 명동(종료), 롯데 명동(종료), 신라 장충점(종료), 롯데 부산점(종료), 신세계 부산점(종료)

- 하이난 관광특구 면세점에서 구입할 수 있는 면세한도액은 기존 1.6만위안(한화 230만원)에서 10만 위안(1,900만원)으로 크게 상향 조정되어서, 대륙 내 중국 국민의 면세수요를 하이난으로 유인하고 있다. 참고로 중국 대륙 내 중국인의 면세한도액은 5,000위안(입국장 이용시: 8,000위안) 수준이다. _참조<표-17>

<표-17> 연도별 하이난섬 면세한도액 및 판매 가능상품 수

구분	면세 한도/년	판매 가능상품
'11. 04월	5천위안 (95만원)	가족, 시계, 화장품 등 총 18종
'12. 11월	8천위안 (152만원)	미용상품 등 3종 추가, 총 21종
'18. 11월	3만위안 (570만원)	건강식품 등 17종 추가, 총 38종
'20. 06월	10만위안 (1,900만원)	술, 전자제품 등 7종 추가, 총 45종

(※ 중국 내륙 입국시의 면세한도액: 약 1200불)

〈표-18〉 하이난의 면세산업 관련 인프라 확대 및 관련 주요정책

구 분	내 용
크루즈시설 강화	· 크루즈 동시 접안 능력 : 2대 → 8대 *싼야 1, 하이커우 1 → 싘야 6, 하이커우 2
편의 서비스 강화	· 온라인 구매상품 배송 서비스 ('20. 4월) * 중국인 하이난 방문 180일 이내 면세한도 내 추가 구매 · 매장 구매상품 배송 서비스 ('21. 2월)
자유무역항 개발	· 생산설비, 교통수단, 원자재 등 수입 무관세(~'25년) · 관광업 등 외국기업 직접투자소득 면제(~'25년)

※ 자료 참조: 면세협회 관련 자료

- 영국의 면세 전문지 “무디데이빗 리포트”에 따르면 중국 면세기업인 CDFG는 2020년 코로나19 상태임에도 불구하고 상반기 매출액만 28억5,500만달러(약 3조1,862억원)을 기록해 2019년 세계 4위였으나 2020년에는 세계 1위를 기록하였다. 업계는 CDFG의 하반기 매출은 더 늘어났을 것으로 추정하고 있다.⁵⁾
- 특히 면세경쟁력을 갖춘 해외 면세기업을 무관세, 직접투자 소득에 대한 한시적 장기 면세 등의 지원정책으로 유인하고 있어서 우리나라의 일부 기업도 관심을 갖는 것으로 알려졌다.

5. 국내 면세산업의 문제와 개선책

1) 우리나라 면세시장의 문제점

- 첫 번째, 우리나라 면세산업의 가장 큰 문제 중 하나는 면세점 매출의 70% 이상이 중국 소비자에게 집중되어 있다는 데 있다. 즉 면세매출이 한곳으로 집중되어 있어 이 판매채널이 막히면 어려움을 겪을 수밖에 없는 구조이다. 이런 상황을 중국도 잘 알고 있으며, 중국의 면세정책은 먼저 우리 면세점을 찾는 중국 소비자를 자국 내로 끌어드리는 내수화 정책이며 이를 빠르게 실행에 옮기고 있다.
- 또한 우리 면세 매출의 70%가 나오는 중국 소비자 중 일정 부분은 “다이공”이란 중국 도매상 매출에 의존하고 있다. 이들 다이공에 의한 매출이 주요 판매 채널이다 보니 면세 기업들은 판매액을 늘리기 위해 과도한 송객수수료를 경쟁적으로 지불하고 있다. 결과적으로 면세기업은 많은 매출에도 불구하고 경영상 적자를 볼 수밖에 없다. 적절한 통제와

5) 2021.01.29. 조선일보 기사에서 발췌

관리가 요구되는 부분이다.

- 두 번째, 경쟁국인 중국에 비해 우리 면세기업들은 안정적으로 투자하고 경영할 수 있는 환경조성이 되어있지 않다. 현재까지 우리나라의 면세정책은 ① “면세기업의 확대를 통한 이익의 분배”, 면세시장에 진입하기 원하는 기업에게 ② “기회의 동등 부여”라는 측면과 함께 면세특허를 활용하는 산업임으로 이익환수 차원에서 ③ ‘면세점 초과이익에 따른 특허 수수료 부과’ 라는데 초점이 맞추어져 있는 듯하다. 이러한 부분의 개선 없이는 중국과 계속 경쟁해야 하는 우리 면세점 입장에서는 경쟁력은 점점 떨어질 수밖에 없다.
- “면세기업의 확대를 통한 이익의 분배”라는 것은 면세업종의 신규 허가조건을 면세업에 관심있는 기업이면 모두 참여할 수 있도록 환경을 조성하고 기존 면세사업자도 일정기간 (20년) 이후에는 갱신이 아닌 신규사업자로 참여토록 한다는 것이다. 이것은 면세산업의 전문화를 통한 글로벌 경쟁력 확보 차원보다는 면세업에 참여하기 원하는 기업에게 문호 개방에 초점이 맞추어져 있다고 할 수 있다. 이러한 정책으로는 면세업의 세계적 추세에 반하는 등 중국과의 경쟁에서도 미래 글로벌 경쟁력을 가진 면세기업이 존재할 가능성은 거의 없을 것이라 예상된다. 면세기업의 경쟁력이 약해지면 안정적 고용을 담보할 수 있는 일자리는 없어질 것이며 이는 우리 면세산업의 경쟁력 강화에 전혀 도움이 되지 않는다. _참조 <표-19>

<표-19> 정부의 면세산업종 신규허가조건

면세산업종 신규허가조건	1. 외국 관광객이 전년 대비 30만명 이상이 늘어난 경우나 또는 2. 해당 광역자치체 내 시내면세점의 지난 3년간 평균 매출액이 연평균 10% 이상 증가한 경우
-------------------------	---

- “면세점 초과 이익에 따른 특허수수료의 부과”는 <표-20, 21, 22>에서 보듯 2012년 11. 2. 2015년 10. 8.에 발의된 특허수수료 관련 관세법 개정 법률안 이력을 보면 면세특허로 인해 많은 이익을 낸다는 것을 기본 전제로 이익환수 차원에서 지금의 특허세가 도입되었다. 그러나 초과이익에 대한 기준이 현재 없으며 타 경쟁국의 특허수수료에 비해 과도할 정도로 면세 이익을 환수하려는 데에만 치우쳐져 기업경영을 점점 더 어렵게 하고 장기적으로는 면세산업의 경쟁력을 약화시킬 뿐이다. _참조<표-20>, <표-21>, <표-22>
- 특히 대기업 및 중소/중견 면세점도 코로나19로 인해 경영상 어려움에 처해 있어도 수백 억 원의 특허수수료를 낼 수밖에 없는 구조이다. 물론 정부는 코로나19로 인해 2020년 면세 산업이 적자를 내는 어려운 상황임을 감안해 특허수수료를 50% 감면하는 한시적 정책지원을 하였지만, 이 또한 근원적인 문제해결방안은 아니다. _참조<표-21>

- 특허수수료가 면세이익의 환수 차원이라면 이익을 내지 못하면 특허 수수료를 부과하지 않는 것이 맞다. 정부도 면세특허사업이 항상 이익을 내지 않는다는 것을 잘 알고 있으므로 이에 대해 대대적 수술이 필요하다. 현재의 특허수수료 부과는 해외 면세 경쟁국과 비교했을 때 과도한 면도 있다. 장기적으로 우리나라가 면세경쟁력 1위를 유지하기 원한다면 중국과의 경쟁은 불가피한데 여기에서 우위를 점할 수 있도록 하기 위해선 이익이 없을 때는 특허수수료를 부과하지 말아야 하며, 이익이 있을 때도 특허수수료를 대폭 줄여서 중국과 경쟁할 수 있는 산업환경을 만들어 줄 필요가 있다._참조 <표-20> <표-21> <표-22> <표-23>

<표-20> 특허수수료 부과 기준변경에 따른 매출액 대비 특허수수료 이력('13년~'21년)

구 분		'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년
매출액(억원)		68,326	83,077	91,984	122,757	14,684	189,601	248,586	155,052	178,334
특허수수료(억원)		0.17	37	39	46	606	1,031	751	223	347
부과 기준	대기업	면적	매출액의 0.05%			매출액의 0.1~1.0%		매출액 기준변경 (재무)	50% 감면	
	중소기업		매출액의 0.01%							

※ '19년 관세법 개정으로 매출액 기준을 세관신고 매출액 → 재무회계 매출액으로 변경

※ '20년, '21년 매출액에 대한 특허수수료는 50% 감면(코로나19로 인한 재난 상황을 감안)

<표-21> 최근 면세점 특허수수료 납부현황('19년~'21년)

(단위: 백만 원)

분류	'19년 귀속 특허수수료	'20년 귀속 특허수수료	'21년 귀속 특허수수료
대기업 (중기업 포함)	75,061	22,317	34,743
중소/중견	83	17	10
합계	75,145	22,335	34,754

(자료: 면세점협회)

- <표-22>에서 보면 면세기업들이 경영상 적자상태이라 법인세는 납부하지 않지만 특허에 의한 이익환수 목적으로 만들어진 특허수수료는 반드시 납부해야 하는 세금으로 인식되고 있다. 이는 결코 기업경영에 바람직하지 않으며 나아가 국가경제에도 도움이 되지 않는다._참조<표-23>

〈표-22〉 최근 면세산업체 3사의 법인세 및 특허수수료 납부 현황('19년~'20년)

회사명	법인세 납부액		특허수수료 납부액	
	2019년	2020년	2019년	2020년
롯데면세점	650억원	0원	336억원	200억/100억원
신라면세점	560억원	0원	160억원	144억/77억원
신세계면세점	14.2억원	0원	118.5억원	190억/95억원

(자료: 저자 내부정리)

○ 〈표-23〉의 해외 경쟁국 면세점의 특허수수료와 비교해보면 매출액을 기준으로 많은 특허세를 부과하는 국가는 우리나라 밖에 없다. 중국 외 대부분의 나라가 정액제를 채택하고 있다. 우리와 경쟁 관계에 있는 중국도 면세지역으로 지정한 하이난섬 이외 연 판매소득으로 특허 수수료를 부과하고 있다. 그러나 우리나라는 면세매출 규모가 크면 클수록 많은 특허수수료를 부과하는 형태를 취하고 있는데 많은 매출을 통해 국가의 미래 경쟁산업으로 면세산업을 보지 않고, 단순히 면세특허에 대한 이익환수라는 목적에만 충실한 것으로 보인다. _참조 〈표-23〉

〈표-23〉 해외 주요국 면세점의 특허수수료 비교

국가	특허수수료 주요 내용	비고(보증금)	
캐나다	-	최소 CAD 1만불(934만원)	정액제
호주	특허 신청시 \$7,000(약 600만원) 매년 특허 갱신시 \$4,000(약 343만원)	-	정액제
홍콩	연 HK\$ 26,800(약 409만원)	보증금 제공	정액제
중국	연 판매소득의 1%(하이난 이외 지역) 연 판매소득의 4%(하이난 지역)	매출 범위 없음	
한국	2천억원 이하 : 매출액의 0.1% 2천억원 이상 : 2억원+(2천억원 초과금액의 0.5%) 1조원 이상 : 42억원+(1조원 이상 초과 금액의 1%) 단, 중소기업은 매출액의 0.01%	매출액 규모가 클수록 많은 특허수수료 적용	매출액기준
일본	월 9,500엔/500m2미만 - 88,700엔/ 70,00m2초과(연간 약 150 - 1500만원)	면세점규모 따라 적용	면적비 적용
말레이시아	2년 RM 1200 또는 일정부분 (2년 약 34만원)	세관 보관물품 최대 재고에 대한 관세/세액	정액제
싱가포르	라이선스 발급마다 연 S\$ 70,000(약 611만원)		정액제
태국	연 3만바트(약 106만원 상당)	회계기간 중 남은 재고품 제세의 50%	정액제

(저자 정리)

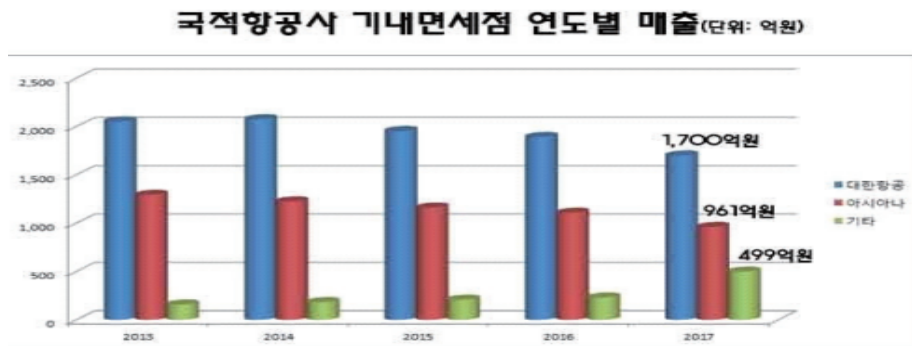
- 이러한 특허수수료 부과 정책은 장기적으로 면세산업의 경쟁력을 점점 약화시킬 가능성이 높다. 특히 “규모의 경제”를 중시하는 면세산업 특성상 면세기업은 적정한 이익을 통해 종업원에게 안정적인 일자리 제공과 재투자를 통한 산업의 미래 경쟁력 강화에 더 관심 갖는 것이 기본이다. 이를 통해 향후 중국 면세기업과의 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 환경을 만들어 주는 것이 장기적으로 바람직하다.
- <표-24>에서 보듯이 이것은 기내면세점과 비교에서도 형평성이 맞지 않는다. 국적 항공사의 기내면세점은 별도의 특허 수수료를 부과하지 않는다. 공항 및 시내면세점과 동일한 면세품을 판매하고 특허수수료를 내지만 기내면세점은 특허수수료를 부과하지 않는 것은 형평성에서도 어긋난다. 여기에다가 기내면세점은 시내면세점과 같이 면세품의 인터넷 판매도 허용되어 있다. 그런데도 특허수수료를 부과하지 않는다.
- 또한 기내면세점은 허가 기간 3년에다 연속 갱신이 가능하다. 반면 일반 면세점의 경우 허가 기간이 최대 20년이며, 이후에는 신규로 면세업 허가를 다시 신청해야 한다. 이것도 형평성에서 벗어나 있다. 동일 면세품을 판매한다는 기준에서 보았을 때 차별한다고 밖에 볼 수 없다. 기내면세점과 어느 정도 형평성을 가질 수 있도록 허가제도의 개선이 시급하다.
- 만일 기존 면세점이 허가가 만료가 되어 신규 면세업 허가를 신청한 후 허가받지 못한다면 이제껏 근무하고 있는 종사원들의 일자리 문제는 어떻게 처리할 수 있을까? 그러한 직장에 근무하고 싶어 하는 종사원들이 과연 있을까? 이것은 안정적 일자리를 권장하는 정부 입장과는 정면으로 배치되는 상황이 연출 될 수밖에 없다._참조 <표-23>
- 2017년 기준 국적항공사의 기내면세점 매출은 3,160억원이며, 이중 대한항공이 1,700억원(53.8%), 아시아나항공 961억원(30.4%), 기타 저비용항공사 499억원이었다. 2017년 중소/중견면세점의 총 매출 규모는 9,425억 원이었다. 그럼에도 기내면세점은 정부가 특허 수수료를 부과하지 않았다. 이러한 전반적인 상황을 고려했을 때 특허수수료 및 면세 허가 부분에 대해선 국내외 면세산업의 변화와 이에 따른 산업의 경쟁력 확보차원에서 재검토와 획기적 개선이 필요하다._참조 <표-24>

〈표-24〉 가칭 '기내 면세점'과 시내면세점 주요 비교

구분	기내면세점	시내면세점
관세법 적용	보세운송업자 등의 등록 및 보고	특허보세구역의 설치, 운영에 관한 특허
허가방법	절차 간단(관세청 등록으로)	특허심사위원회 심사 후 결정
허가기간	3년이며 계속해서 갱신 가능	10년에 심사후 10년 연장(최대 20년)* * 22년 세법개정안 내용 반영
특허수수료	별도 납부의무 없음	대기업: 최대 매출액의 1% 납부 중소기업: 매출액에 0.01%
판매 이익율	시내면세점보다 높을 것으로 추정	기내면세점에 비해 낮을 것으로 추정
판매장소	기내이다 보니, 별도 건물 임대료, 인건비 등이 필요 없음	판매건물 임대료 납부 및 인테리어 비용이 큼
온라인 판매	온라인을 통한 예약 가능	시내면세점에서만 온라인을 통한 예약 가능
주요 특징	면세품목이 제한적임	면세품목이 다양
마케팅 비용	시내면세점에 비해 적다	기내면세점보다 많다.
운영관리	시내면세점에 비해 단순하다.	기내면세점에 비해 매우 까다롭다.
운영부서	관세청 관세국경과	관세청 보세지원과
운영개수	대형항공사(2개, 대한항공, 아시아나) LCC(6개)	2022년 현재 53개
특이사항	교도협약에 의거 편이성 제공	-

(저자 정리)

〈그림-2〉 국적 항공사의 기내면세점 연도별 매출



<자료출처: 관세청, 유희중의원실/각 연도별 국적항공사 기내면세점 매출>

2) 면세산업 경쟁력 강화를 위한 개선방안

- 면세산업은 우리나라에서 몇 안 되는 매출액 1위를 십수년 간 유지해온 산업이다. 우리나라는 이제 면세산업의 경쟁력을 강화시킬 것인가? 아니면 이익환수 목적으로 면세산업의 미래를 지금과 같이 가져갈 것인가는 정부의 정책 선택에 달려 있다. 세계의 면세시장은

“규모의 경제”를 중시하는데 반해 우리 정부가 지금의 면세정책을 고수한다면 코로나19 이후 수년 내 중국과의 면세경쟁에서 질 가능성도 있다. 이러한 우려 때문에 우리 면세기업 중 일부가 하이난으로의 진출도 모색하는 것으로 알려졌다.

- 코로나19가 어느 정도 안정된다면 전세계 관광객은 다시 늘어날 수 밖에 없는 상황이 될 것이다. 여기에 한류 열풍 등 여러 가지로 우리나라 관광의 흐름이 긍정적 방향으로 가고 있다. 이러한 환경을 우리 면세산업이 활용할 수 있는 여건을 만들어 준다면, 좋은 인력들이 근무하고 싶어하는 미래 산업으로 면세산업이 변모할 수 있을 것이다. 특히 중국의 면세정책을 면밀히 검토하고 우리 기업들이 경쟁에서 이길 수 있는 정책지원이 수시로 상황에 맞게 지원할 필요가 있다. 다음과 같이 면세산업의 경쟁력 강화를 위한 몇 가지 개선안을 제안하고자 한다.

① **현재의 면세 특허제도를 친 기업적으로 변경하여 면세기업이 경영 안정화를 꾀하고 경쟁력을 가질 수 있도록 개선해야 한다.**

- 앞에서 언급한 바와 같이 중국 등 면세 경쟁국들은 면세특허의 갱신제를 채택하여 면세기업이 안정 속에 성장을 유도하고 있다. 만일 우리도 미래 경쟁력있는 산업으로 면세산업을 키우려면 면세기업의 경영 안정화가 무엇보다 필요하다. 이것은 종사원에게도 좋은 일자리를 만들어 주는 첫 번째 일이기도 하다.
- 현재 면세점 매출의 70% 이상이 방한 중국 고객이다. 이들 중국 고객을 놓고서 중국 면세기업과 경쟁해야 하는 상황을 고려할 때 면세 특허제도의 갱신은 요건 강화와 함께 요건에 적합한 경우, 고용안정을 유지하는 조건 등을 감안해서 허용하는 것이 필요하다고 본다.
- 기내면세점의 경우 3년마다 특허갱신을 허용하는데 반해 막대한 재원을 투입하고 수조원의 재고 등이 요구되는 면세점에 대해서만 일정기간(20년)의 특허제도는 형평성에 맞지 않는다.
- 2018년 기준 우리나라 전체 면세 매출액 중에 92.1%가 대기업 면세매출이다. 중소/중견기업의 매출액은 5.2% 수준이었다. 시간이 지남에 따라 대기업 단위의 면세매출은 더욱 늘어나는 반면에 중소/중견기업 매출은 줄어들고 있는 추세이다, 이는 면세산업에서 “규모의 경제”가 중요하다는 것을 확인할 수 있다.

- 우리나라 면세점 수는 '19년 60개로 가장 많았고, 2021년 48개로 줄어든 이후 입국장 인도장 등 개설 영향으로 53개가 운영되고 있다. 수년간 우리 면세시장에 새로운 기업의 진입과 퇴출이 진행되어서 시장이 어느 정도 정리되어 안정된 것으로 보인다. _참조<표-25>

〈표-25〉 연도별·종류별 면세점 운영현황('79년~'22년)

(단위: 연도/개수)

구분	'79	'89	'99	'09	'13	'14	'15	'16	'18	'19	'21	'22.7
보세 판매장	외교관	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	출국장	3	4	8	15	17	20	22	22	26	28	21
	입국장	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3
	시내	2	29	11	10	17	17	19	22	26	25	18
	소계	6	34	20	26	35	38	42	45	53	56	43
지정면세점	-	-	-	4	5	5	5	4	4	4	5	5
합 계	6	34	20	30	40	43	47	49	57	60	48	53

(자료 인용: 면세점협회)

② 현재의 특허수수료를 타 경쟁국(중국 등) 수준 이하로 낮추어야 한다.

- 현재 법령상 특허수수료 징수는 “이익의 환수” 목적으로 만들어졌다. 그렇다면 면세 기업이 적자를 보면 법인세와 마찬가지로 특허수수료를 징수하지 않는 것이 맞다. 면세기업에게 특허수수료가 경영에 부담이 되어서는 안된다.
 - 대부분의 면세경쟁국은 특허수수료의 정액제를 채택하고 있다. 중국도 우리와 마찬가지로 매출의 1%(대륙기준)를 적용하지만 우리나라만 면세매출액이 늘어나면 늘어날수록 특허수수료가 늘어나는 특허수수료 형태를 취하고 있다.
 - 기내면세점은 매출에 대한 특허수수료를 부과하지 않는다. 반면에 중소/중견면세점은 매출액 기준으로 특허수수료를 부과하고 있다. 이는 기내면세점과 기존 면세점 간 형평성에 전면 배치되는 것이다. 이러한 점을 고려해 면세점이 적자 낼 때는 특허수수료를 부과하지 않는 것이 바람직하다. 최소한 특허수수료를 낮추어서라도 면세 경쟁국과 경쟁할 수 있어야 한다.
 - 중국은 우리 면세매출의 70% 이상을 차지하는 방한 중국 면세소비자의 매출을 내수화하려는 강력한 정책을 펴고 있다. 이런 상태에서 우리가 중국과 동일 수준의 특허수수료를 징수하고, 매출액 규모가 크면 클수록 더 많은 특허수수료를 내게 한다면 중국과 경쟁하는데 절대 도움이 되지 않는다. 이것은 보는 이에 따라 다소 징벌적 제도가 보여지기도 한다.
- 〈표-26〉을 보면 현재의 특허수수료 관련 관세법 개정 법률안 이력을 살펴보면 2015년 10월 8일 발의된 법안에서 출발하는데 그 제안 이유가 ‘국가 징세권을 포기한 면세점의 초과 이윤에 대한 이익환수 목적’으로 명기되었다. 즉 이익에 비해 특허수수료 부과 수준

이 작다는데에서 출발했다. 그러다보니 매출이 늘어나면 늘어날수록 특허수수료를 많이 부과하는 다소 징벌적인 형태로 변했다. 특히 경영상 적자를 보는데도 이익환수 차원에서 특허수수료를 부과하는 것은 잘못되었다. 면세산업은 규모의 경제가 기업경영에 큰 역할을 하는데 이러한 방식의 특허수수료 부과는 시급히 개선해야 한다. _참조 <표-25>

<표-26> 특허수수료 관련 관세법 개정 법률안 이력('12년~'17년)

번호	주요 내용
1	관세법 개정 법률안(홍종학 의원, 2012.11.2 발의) → 면세점 특허수수료 별도 규정 법률안 제안 · 주요 내용 : 신규특허시 특허 수수료 등을 제한 경쟁입찰로 할당 · 제안 이유 : 소수 기업에 국가 징세권을 포기한 특혜를 주고 있다. · 검토의견(입법조사관) : 특허사업으로 인한 이익에 비해 특허수수료 수준이 미미하다는 지적 · 결과 : (정부대안 입법) 면세점 특허 수수료를 다른 특허보세구역과 별도로 규정 · 시행규칙 위임 : 면적기준에서 매출액 기준으로 변경('14.1.1부로 매출액의 0.05%)
2	관세법 개정 법률안(홍종학 의원, 2015.10.8 발의) · 주요 내용 : 시행규칙의 특허수수료 0.05%를 5%로 100배 인상 · 제안 이유 : 국가 징세권을 포기한 면세점 추가 이윤에 대한 이익환수 목적 · 결과 : 정부가 특허수수료의 적정화 방안 마련, 본 법률안은 폐기 · 시행규칙 개정 : 특허 수수료율 인상('17.2.15부, 매출액의 0.1~1.0%) 적용해 현재에 이름

③ 면세기업들의 상황을 보면 다이공에 대한 과도한 송객수수료 지불을 관리할 수 있는 제도 도입이 시급하다.

- 현재 면세기업들이 자율로 송객수수료를 관리하는 것은 어렵다. 현재 주 판매 채널이 다이공으로 국한되다보니 과도한 송객수수료 지불을 관리할 수 있는 제도적 장치가 필요하다.
- 송객 수수료 문제를 현 상태로 방치하면 장사는 우리 기업이 하고, 이윤은 전부 다이공이 가져가는 실정이 될 것이다. 면세기업 간 자율로 이 문제를 해결하기엔 어려운 것으로 보인다.
- 이런 관리는 보세판매장제도운영위원회의 역할 강화를 통해 해결하는 것이 바람직하다.

④ 여러 가지 주요 사안들이 발생하는 시점에서 현재의 보세판매장제도운영위원회(이하 '면세제도운영위원회'라 칭함) 및 특허심사위원회의 역할 강화가 필요하다.

- 지금까지 면세제도운영위원회는 면세시장 변화에 따른 특허권 확대 및 신규허가 등에 일정한 역할을 한 것으로 보인다. 불확실성이 점점 커지는 향후 면세산업의 상황에

대해 면세제도운영위원회의 역할 강화와 확대가 필요하다.

- 면세제도운영위원회를 면세시장 상황 변화에 대응할 수 있도록 역할 강화와 확대가 필요하다. 특히 현재 다이공의 송객 수수료 관리, 국내외 환경변화에 따른 면세산업 정책의 주요 의사결정 지원 등을 하는 것이 필요하다. 이러한 여러 가지 문제를 전문성 있는 위원회를 통해 합리적이고 객관적 결과로 강제하는 것이 정책에 많은 도움이 될 것이다.
- 특히 면세제도운영위원회의 역할을 다음과 같이 강화하는 것도 고려해 볼 수 있을 것이다.
 - 면세산업의 국제환경 변화에 따른 관련 정책대응 지원
 - 전자거래 등 새로운 판매 채널 도입에 따른 정책지원
 - 시장상황 변화에 따른 특허 수수료 및 제도운영의 유연성 제고
 - 면세기업의 해외 진출을 지원하는 정책지원
 - 우리 면세산업과 경쟁하는 중국의 면세정책 변화에 따른 대응방안 마련 등
 - 기타 면세산업 관련 부처(기재부, 관세청)가 요구하는 정책지원
 - 이를 위해 다양한 전문가들로 구성하고, 위원회 규정의 명문화 등을 통해 좀 더 면세 정책을 자문과 주요 의사결정을 할 수 있도록 역할 강화

○ 지금까지 특허심사위원회에 대해 밖에서 보여진 모습은 단순히 면세점의 특허심사를 위한 위원회로 비추어질 수 있다. 주무관청인 관세청의 면세산업에 대한 전문가 자문 및 면세점 운영에 관한 실무적 자문 등을 강화할 필요가 있다.

⑤ **면세산업은 면세매출액 1위를 놓고 경쟁하는 중국을 이기기 위해 이를 지원할 수 있는 환경을 만들어 주어야 한다.** 이를 위해선 중국을 중심으로 한 주변국의 면세산업 정책에 대응할 수 있는 지원정책을 만들어야 한다. 그 이유의 핵심은 우리나라 면세산업의 소비자의 70%가 중국인이라 중국 면세시장의 소비자가 향후 겹치는데 문제가 있다. 이를 해결할 수 있는 정책대안을 만들지 못한다면 현재 중국과의 경쟁에서 이길 가능성은 점점 어려워질 것이라 예상된다. _참조<표-27>

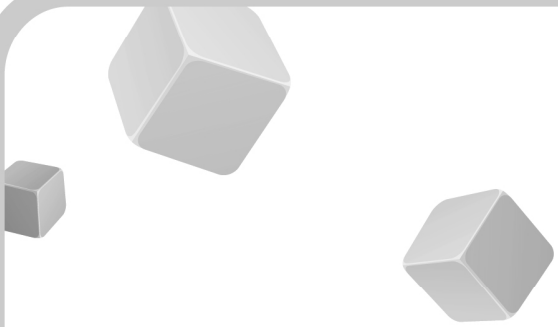
〈표-27〉 한국과 중국의 주요 면세제도 및 정책 비교

번호	분류	한국	중국	비고
1	특허권	특허권 미보장 허가 후 5년 + 1회 연장(대기업) 허가 후 5년 + 2회 연장(중소/중견)	특허권 보장 허가 후 갱신제도	
2	특허 수수료	매출액 기준 2천억원 이하 : 매출액의 0.1% 2천억원 이상 : 2억원+(2천억원 초과금액의 0.5%) 1조원 이상 : 42억원+(1조원 이상 초과금액의 1%) 단, 중소/중견기업은 매출액의 0.01%	판매소득 기준 연 판매소득의 1%(하이난 이외 지역) 연 판매소득의 4%(하이난 지역)	판매소득 : 제품원가 및 판매에 필요한 금액을 제외한 이익금 기준
3	면세 한도액	미화 800불	하이난 외 : 5,000위안 입국장 면세점 이용 시 : 8,000 위안 하이난섬 : 10만위안	일본 : 2000
4	온라인 거래	거래 가능 내국인의 경우 해외여행 예정자만 거래 가능 외국인은 해외에서 국산품에 대해 전자거래 가능	거래 가능 내국인도 면세한도액 내 거래 가능 하이난섬 방문 후 10만 위안 범위 내에서 횟수 제한 없이 전자거래 가능 (외국여행 없이 면세거래 가능)	중국 내수화에 노력
5	면세 품목	관세법 시행규칙 제69조 5의 제한 품목 외 모든 품목 (술 1병/400불 이하, 담배 200개비 향수 600ml 별도)	거의 제한없음(45종) (화장품, 시계, 주얼리, 가방, 의류, 전자제품, 담배, 주류, 식품 등)	
6	면세 지역 지정	별도 없음	하이난섬을 면세진흥지구로 지정 세계 최대 면세점지구를 목표로 개발 수입품에 대한 관/부과세 면세추진 하이난 투자자 '25년 면세지원	많은 외국기업 투자 유치 중
7	면세 정책	면세산업의 성장이 아닌 관리중심, 기업의 공정한 시장참여 관심	내수 소비진작, 해외소비의 국내환류 면세특구설치를 통한 면세시장 국제화	
8	미래 정책	구체적으로 없음	면세산업 발전을 위한 전체계획 수립 - 면세산업발전을 위한 전체계획 - 면세산업 정책시스템 준비 - 중국물품의 면세판매 증진 플랫폼	

6. 맺는말

- 면세산업은 2019년 이전까지만 해도 우리나라가 국제경쟁력 1위를 유지했던 중요 산업 중 하나였다. 그러나 최근 코로나19로 인해 우리 면세산업계가 어려움을 겪을 때 중국은 강화된 면세지원 정책을 통해 면세매출액 세계 1위 기업을 배출했다.
- 현재의 우리나라 면세 특허제도는 ① 면세산업이 많은 이익이 보장된다는 기본 틀 안에서 만들어져서 법인세 외 외국 면세점보다 많은 특허수수료를 부담하고 있다. ② 면세산업에 참여하려는 기업들에게 균등한 기회 부여를 주기 위해 기존 면세사업자의 특허기한을 최대 20년으로 제한하였다. 20년으로 특허 제한을 하는 것이 무슨 의미가 있을까? 면세산업은 많은 채용과 투자를 요구하며, 전염병이나 국제간 분쟁 등으로 외국 관광객 출입이 어려운 상황이 되면 매출에 바로 영향을 받는 리스크가 매우 큰 산업이란 것을 코로나를 겪으며 많은 사람들이 이해하기 시작했다.
- 특히 우리와 면세산업으로 경쟁하는 중국 등 외국의 사례를 보면 우리만큼 특허수수료를 많이 부과하는 곳도 없다. 여기에다가 매출액이 증가하면 증가할수록 특허수수료 부과액이 증가하는 제도를 도입한 것은 우리나라밖에 없다. 이러한 부분들은 즉시 개선되어야 한다.
- 과거 면세산업이 “**황금알을 낳는 거위**”라고 표현되던 시기에 면세산업에 참여한 많은 기업들이 특허를 반납한 것을 볼 수 있었다. 이것은 면세산업이 전문화된 기업이 아니면 면세경영이 리스크가 큰 산업이라는 것을 확인하는 계기가 되었다. 이제는 면세산업에 전문화된 기업들이 미래 경쟁력 확보로 좋은 일자리로 자리매김해서 많은 인재들이 관심갖고 안전하게 근무할 수 있는 산업으로 태어날 수 있도록 지원하는 것이 무엇보다 중요하다.
- 전문화된 면세기업의 경쟁력 확보를 위해 면세특허 갱신히수를 제한하는 현 제도를 바꾸어야 한다. 우리나라를 제외하고 대부분의 면세 경쟁국들은 모두 특허 갱신제를 채택하고 있는 이유도 다 여기에 있다. 갱신의 요건을 강화하더라도 갱신제의 도입과 개선이 필요하다.
- 우리나라 면세산업에 가장 어려운 부분은 우리 면세점 매출의 70% 이상이 중국 소비자에 의존하고 있다는 것이다. 중국의 면세산업과 이 중국 소비자를 뺏기느냐, 유지하느냐 피할 수 없는 경쟁을 할 수 밖에 없다. 우리 면세기업의 경쟁력 강화를 위해 중국의 면세정책을 면밀히 파악하고 이들과 경쟁할 수 있는 환경을 꾸준히 만들어 주어야 한다.

- 이를 위해선 과감한 개선과 면세산업 지원정책이 필요하다. 현재까지의 정책은 면세산업의 미래 경쟁력 강화보다는 면세산업의 유지 운영에 초점이 맞추어진 듯하다. 이제 규제라 생각되는 부분의 과감한 정리가 필요하다. 새로운 판매 채널의 확대, 면세기업의 꾸준한 투자를 이끌어 내기 위해 특허권의 갱신횟수 제한 폐지, 중국 및 타 경쟁국가 수준의 특허 수수료 인하는 절대 필요하다.
- 또한 면세산업을 정책적으로 지원할 수 있도록 현재의 면세제도운영위원회 및 특허심사위원회 등의 규정강화를 통해 주무 부처를 정책 입안 시 전문적으로 이를 지원할 수 있는 환경을 만들어 주어야 한다. 무엇보다 현재 다이공 수수료와 같은 현안 등을 법적으로 처리할 수 있는 권한 등을 부여해 이를 면세제도운영위원회에서 해결하는 것을 제안한다.
- 우리나라는 10여년 이상 전 세계 면세시장의 약 25%를 차지하는 세계 1위의 면세 강국이었다. 또한 공항면세점 매출액 1위의 인천공항도 갖고 있다. 그러나 여지껏 면세산업에 대한 국민 인식도와 국제적 신인도를 높이기 위한 면세산업 관련 국제전시컨벤션을 개최해본 적이 없다. 매우 창피한 일이다. 우리보다 매출액이 낮은 싱가포르 상해는 봄, 가을 정기적으로 국제 면세전시컨벤션을 개최하고 홍보와 다양한 비즈니스를 하고 있다. 우리 면세산업도 위상에 맞게 정부가 나서서 국제경쟁력을 가진 우리 면세산업을 알리고 우리 중소기업들의 좋은 제품들을 소개 및 판매할 수 있도록 비즈니스 강화 차원에서 정기적 개최가 반드시 필요하다.
- 끝으로 면세산업은 이제 국제경쟁력이 요구되는 산업이다. 면세산업은 한해 매출액이 25조원을 육박하는 큰 산업으로 자리매김하고 있다. 무엇보다 세계 경쟁력 1위에 수년간 유지한 산업이다. 이러한 산업을 지속적 정책지원을 통해 국제경쟁력을 가진 산업으로 계속 키워서 좋은 인재들이 면세산업에 꾸준히 머물 수 있는 환경을 만들어야 한다.



토론1

토론문



김재호 인하공업전문대학 교수



국내 면세점 산업의 경쟁력 확보를 위한 대응방안

김재호 교수 (인하공업전문대학 관광경영학과)

1. 국내 면세점 산업의 이슈

□ 코로나 이전 수준의 매출액 및 영업이익의 회복

- 코로나19 영향으로 심각한 매출 절벽 경험
 - 2020년 2분기까지 주요 면세점 업계 매출 및 영업손익 급격히 악화, 2분기 이후 정부 지원, 기업의 비용절감 등으로 일부 완화되었으나 원상회복까지는 불투명
- WTO 조사에서 전문가들은 코로나 이전의 관광시장 회복 시점을 2024년으로 예상

□ 면세점의 고용 안정화

- 코로나19 영향의 장기화로, 고용 불안 심화 및 신규 인력 고용 한계 경험
- 고용측면에서는 정부의 고용유지지원 제도에도 불구하고 면세점 입점 브랜드 소속 근로자 및 비정규직 근로자를 중심으로 고용불안 심화
- 코로나 시기 면세점 업계 종사원 수는 면세점 소속 근로자의 타업종 전환 배치(백화점, 일반 유통망 등), 입점 브랜드 영업 악화에 따른 고용조정 등의 요인으로 1.5만여명 수준으로 급감

□ 차이나 리스크의 부상에 따른 대응

- 중국은 만만한 대상이 아니며 그 동안 면세산업에 관심이 미흡했던 것을 기억해야 함
- 하이난 면세점 지원정책으로 국내 면세업계와 경쟁에서 우위 예상
 - 중국은 정부 차원의 내수시장 활성화 정책지원을 통해 면세점 산업 발전 추진
 - 하이난을 면세점 산업의 핵심 요충지로 결정하고 다양한 규제 개선 단행
- 중국은 면세산업 글로벌 1위 시장으로 성장함에 따라 해외 브랜드에 대한 영향력 확대
 - 해외 브랜드의 중국시장 중시 : 국내 면세점 바잉파워 약화 우려

- 중국내 면세상품 주요 공급처 변경 : 한국 → 하이난

□ 면세점 수요시장의 다각화

- 중국관광객 이외의 타 지역 수요시장 발굴 및 확대 방안 모색 필요

2. 국내 면세점 산업의 대응 방안

1) 면세점 산업의 경쟁력 확보를 위한 “정부의 정책 체계 구축”

□ 면세산업 중장기 기본계획 수립(법정계획)

- 면세산업은 외부환경에 민감하게 반응하는 등 시장 특성에 대한 사전적 검토와 분석이 전제되고 주변국 정책에도 대응 필요 → 정부의 면세산업 관련 법정계획 수립
- 중장기적 시각과 전망을 토대로 한 일관성 있는 면세산업 활성화 정책 수립 및 시행 필요
 - (수립기간) 3년 또는 5년, (수립주체) 관세청, (수립내용) 국내외 면세산업 환경변화, 현황진단, 수요 및 공급체계, 발전계획, 관리운영방안, 법제도 개선 등
- 면세점 산업의 중장기 계획을 통해 단기대책과 중장기 대책 마련 / 안정적인 수요처 마련 등

□ 규제와 진흥의 균형적 정책 접근

- 고부가가치 산업인 면세점의 안정적 발전을 위해 규제적 관리와 지원 동시 필요
- 현재 면세사업 운영 및 수익과 관련해 제도적 규제가 있는 반면, 면세사업의 지속적 활성화 지원을 위한 정책은 명확하지 않음 (대부분 한시적 처방)
- 특허수수료 개선
 - 현행 매출액 기준 특허수수료 부과 → 타 경쟁국(중국 등) 수준 이하로 추진
 - 특허수수료 : 정액제 또는 영업이익 기준으로 특허수수료 부과

□ 국제적 경쟁력 강화를 위한 ‘면세자유지구(또는 도시)’ 지정·육성

- 외국인 관광객 집중 방문 지구 및 도시를 대상으로 ‘면세자유도시’로 지정/운영
 - 대안 1 : 지구 지정 방식 (사례 : 문체부의 국제회의복합지구, 스마트관광도시 등)

- 대안 2 : 도시 지정 방식 (사례 : 문체부의 문화도시, 관광거점도시 등)

※ 지방공항, 관광특구, 카지노 지역 등과 연계하는 방안 검토

2) 면세점 소비 촉진 확산

□ 면세한도 상향

- 2022. 3월 세계의 유일한 제도였던 내국인 구매한도 폐지
- 2022. 9월 정부는 해외여행자 면세한도 600달러 → 800달러로 상향(보수적 접근)
- 주변국의 면세한도 규정과 경제성장 등을 반영하여 면세한도 추가 상향 검토
 - (적극적) 13,000달러 : 하이난(10만 위안) 수준 / (중립적) 1,300달러 : 일본(20만엔) 수준

□ 해외거주 외국인 대상 온라인판매 허용

- 판매 품목을 국산품 중심으로 확대
- 면세점 매출확대 뿐만 아니라 국산품 중소기업 제품의 매출 활성화 및 고용 확대
 - 온라인 판매는 중국 중심의 소비자 다각화, 중국 면세점 정책에 대응방안으로 활용

□ 국내 면세점만의 글로벌 특화상품 개발·판매

- BTS 등 글로벌 한류스타 등과의 콜라보 상품 출시
- 면세점에서만 구매 가능한 특화형 상품 출시

3) 면세점 산업의 안정화를 위한 “사업 지속성 강화”

□ 면세특허 제도 개선

- (현재) 면세점 특허기간 제한은 기존 사업자의 독식을 제한하고 신규 사업자의 시내면세점 진입 용이 유도가 목적이거나 신규 사업자의 시내면세점 진입의 한계 노출
- ‘특허갱신심사제’ 개선
 - 갱신횟수 제한보다는 ‘특허갱신 심사를 적격심사 방식으로 바꿔 갱신 여부 결정’ 검토

□ 재고상품 수입통관 상시운영

- (현재) 「보세판매장 운영에 관한 고시」의 미판매 재고물품 처리(제21조) 방법은 반송 또는 폐기로 한정. 코로나19 영향에 따른 재고부담을 줄이기 위해 일시적으로 수입통관 허용 ('20.4.29, 10.27 관세청 지침)
- 수입 통관에 의한 재고물품 처리 절차를 '관련 지침 및 규정'마련
 - 품목 : 공급사에서 허용된 품목 / 반입일로부터 3개월 이상 경과상품
 - 관세청 지침에 반영 후 정책 검토를 통해 법제화

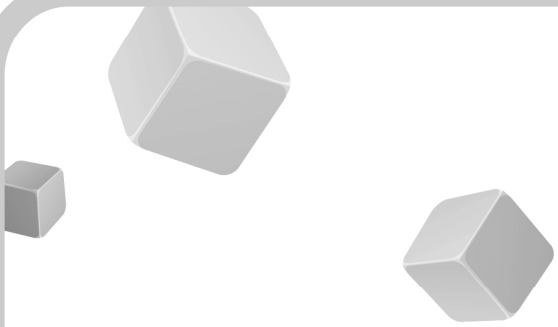
4) 면세점 산업 발전을 위한 “거버넌스 구축”

- 면세제도개선운영위원회 역할 및 기능 강화
- (정부주도) 면세산업 발전 전략회의 신설·운영
- (민간주도) 면세산업 발전포럼 운영
- 한국면세점협회의 대표성 강화

5) 면세점 산업 인식 전환을 위한 “국민 공감대 형성”

- 면세점 산업과 카지노 산업의 공통점 : 부가가치 산업이자 부정적 인식 산업
 - 면세점 산업 : 소비산업 / 카지노 산업 : 사행산업
- 면세산업에 대한 국민 인식 전환 마케팅 추진
- 단순 쇼핑공간을 넘어 독특한 문화관광 경험 및 체험 공간으로 전환

- 우리나라 면세점 산업 경쟁력의 철저한 분석 및 전략 필요
 - 2020년부터 면세점 산업의 글로벌 1위를 내 준 것이 코로나19의 영향인지, 아니면 정부의 정책과 제도, 민간의 운영 상의 문제는 아닌지 고민해야 할 시점
- 퍼펙트 스톰(Perfect Storm)시대의 대응 전략 필요
 - 코로나19 이후 세계적인 고물가, 우크라이나전쟁, 인플레이션 압력, 에너지 가격 상승, 식량 가격 충격 등 불확실한 미래가 지속될 것으로 전망. 우리나라의 면세점 산업은 어떻게 대응해야 할 것인지 고민 필요



토론2

토론문



손승표 성결대학교 교수



포스트 코로나 시대의 면세산업 발전과 고용안정 방안 관련 토론 자료

손승표 교수 (성결대학교 글로벌물류학부 / (사)한국관세학회 사무국장)

코로나가 (심리적으로는) 거의 끝나가는 시점에서 우리 면세점 산업은 아직 2019년 수준을 제대로 회복하지 못하고 있음에 따라, 정부에서는 해당 산업을 지원하고 활성화하기 위해 면세 세법 개정을 통한 규제완화 및 면세산업 활성화를 위한 선제적인 정책을 추진할 필요가 있다.

면세점에서 내국인 고객은 화장품, 향수 구입 비중이 높아 매출이익률이 높고 알선수수료가 낮기 때문에 수익성 측면에서 긍정적이다. 2019년 이전 면세점 전체 매출에서 내국인이 차지하는 비중은 미미한 수준이고, 현재도 내국인의 매출이 기존 수준을 하회하고 있으나, 본격적인 외국인 인바운드 여행객 증가 전, 내국인 아웃바운드 여행객 증가 및 구매한도 폐지 / 면세 한도 상향에 따른 매출 증가가 당분간 면세점 업계에 그나마 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보인다.

코로나19 때문에 내외국인 개별 및 단체 관광객이 0으로 수렴하였고, 중국의 소형 다이공 또한 입국하지 못해 면세점들이 오직 기업형 다이공을 통한 매출 의존도가 대폭 상승하였다. 그에 따른 협상력 약화로 막대한 수수료를 지급하고 있어 면세점 업계의 영업이익은 적자 또는 손익분기점 수준이었다. 시내면세점 또한 고객이 제한적이라 여행사 등에게 지급하는 알선수수료 부담이 커지면서 현재 수익이 급격하게 저하된 상황이다.

코로나19 이전 국내 면세점 업계는, 공항면세점에서 발생한 손실을 시내면세점에서 보완하며 간신히 수익을 내는 운영 구조를 가지고 있었다. 공항면세점에서 영업적자가 발생한 가장 큰 원인은, 매출과 상관없이 고정된 임차료를 지급하는 구조였기 때문이다. 이전까지 사업자들이 이러한 손실을 감수하면서 인천공항에 입점하려고 했던 이유는, 대규모 매출 확보를 통한 규모의 경제 달성으로 상품 소싱 능력 및 바잉파워 강화와 함께 해외 공항 면세점 진출을 위한 트랙 레코드를 쌓기 위함이었다.

이러한 사업 구조 기반 위에서, 최근 시내면세점에서 3대 대표 명품 브랜드 중 루이비통과 샤넬이 전격 철수하기로 결정한 것은 면세점 매출에 직접적인 타격을 줄 가능성이 높다. 물론 코로나 직전 국내면세점 업계에서 향수 및 화장품의 품목별 매출 비중이 70%에 육박해 관련

명품 브랜드의 철수가 커다란 매출 손실을 가져오는 것은 아니지만, 루이비통, 샤넬 및 에르메스는 입점해 있는 것만으로도 상징적인 의미를 부여하는 브랜드이기 때문에 면세점 업계에 부정적 영향을 줄 수 밖에 없다.

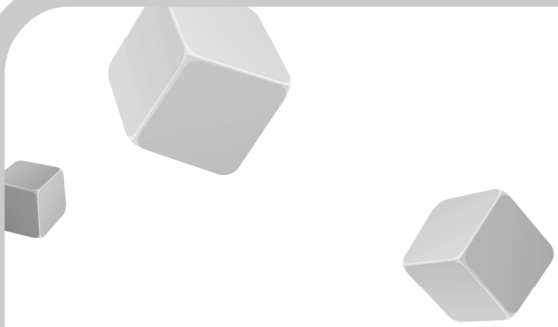
국내 면세점 업계가 직면한 가장 큰 리스크는 역시 중국 정부 차원의 하이난 국제면세점 집중 육성 및 지원이다. 그 이유는 기존 국내 면세점 매출의 대부분을 중국인들에 의존했는데, 이들이 자국의 하이난 지역에서 면세 쇼핑을 하게 되면 국내에서 면세점을 이용할 명분이 사라지기 때문이다. 중국은 최남단 하이난섬을 2018년 면세 특구로 지정하고 2020년 면세 한도를 3만 위안 (약 600만원)에서 10만 위안 (약 2,000만원)으로 상향 조정하였으며, 면세품 구매 횟수 제한도 아예 없애는 등 면세 제도 관련 규제를 대폭 완화하였다.

또한 하이난을 방문한 이후 180일간 온라인으로 면세품을 추가로 구매할 수 있도록 제도를 손질하였다. 이는 중국이 추진하는 쌍순환 전략의 일환으로 미국과의 글로벌 패권 경쟁에서 이기기 위해 미국처럼 중국 내수산업을 적극적으로 육성하기 위해 자국 기업들에 전폭적인 지원을 하는 일환에 힘입은 바이기도 하다.

최근 원화 약세 및 달러 강세에 의한 면세품의 가격경쟁력 상실도 당분간은 국내 면세 산업을 위축시키는 요인으로 작용할 것으로 보여진다. 이는 글로벌 거시 경제 상황상 강달러 상황이 구조적으로 고착화될 가능성이 상당 부분 존재하기에, 실제로도 상당 부분 면세점 업계의 강한 리스크 요인으로 작용할 것으로 판단되어진다.

요컨대 상기와 같이 살펴본 대내외적 리스크 요인들이 상존하고 있는 가운데, 국내 면세점 업계는 그동안 각고의 노력으로 달성한 글로벌 Top Tier #1의 지위를 확고하게 지속 가능하도록 하기 위하여 현재도 막대한 투자와 아울러 매출액 및 영업이익 감소를 감내하며 K-Duty Free의 위상 제고를 위하여 분투하고 있다.

이에 기존 국내 면세점 업계의 지속 성장 및 장기 산업경쟁력 강화를 가로막아 온, 면세점 특허제도 등의 정부 통제 중심의 규범을, 국제적 기준에 걸맞게 Synchronization (동조화 및 규범 동기화) 을 통하여 국가 경제의 발전에 부합하는 선진 면세 운영 체계를 산관학이 의견을 조율하여 합리적으로 구축함과 동시에, 면세점 업계 소요 인력들의 고용 안정 및 전문 서비스 역량 강화에 보다 매진할 수 있도록 면세점 전문 인력 운영 시스템 및 유연화 체계 또한 차제에 고도화할 필요성이 시급하다 하겠다.



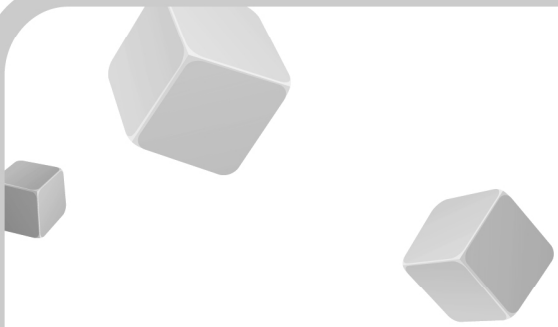
토론3

토론문



최영전 기획재정부 관세제도과장





토론4

토론문



김원식 관세청 보세산업지원과장



토론문

김원식 관세청 보세산업지원과장

□ 면세점 운영현황(총 53개소: 외교관1, 출국장23, 입국장6, 시내18, 지정5)

(단위 : 개수)

구분	운 영 현 황 ('22.9월 기준)	
면세점 (48)	외교관(1)	• 서울(1)
	출국장(23)	• 공항(20) : 인천(11), 김포(2), 김해(2), 제주(1), 청주(1), 양양(1), 대구(1), 무안(1) • 항만(3) : 부산(1), 평택(1), 군산(1)
	입국장(6)	• 공항(6) : 인천(2), 김포(1), 김해(1), 대구(1), 무안(1)
	시내(18)	• 서울(9), 부산(3), 제주(2), 울산(1), 대구(1), 청주(1), 수원(1)
제주 지정면세점(5)	• 공항(1) : JDC(제주공항) • 항만(3) : JDC(제주항 1점·2점), JTO(성산포항) • 시내(1) : JTO(중문)	

□ 세계 면세점시장 점유율 순위

국가별 순위						주요 기업별 순위					
[단위 : 점유율(%)]											
구분	'15	'16	'17	'18	'19	구분	'17	'18	'19	'20	'21
1위	한국 (14.4)	한국 (17.2)	한국 (17.9)	한국 (22.3)	한국 (25.6)	1위	Dufry (스위스)	Dufry (스위스)	Dufry (스위스)	CDFG (중국)	CDFG (중국)
2위	중국 (7.3)	중국 (7.4)	중국 (8.4)	중국 (9.4)	중국 (10.6)	2위	Lotte (한국)	Lotte (한국)	Lotte (한국)	Lotte (한국)	Lotte (한국)
3위	미국 (6.2)	미국 (6.2)	미국 (6.1)	미국 (5.7)	미국 (5.0)	3위	Lagardere (프랑스)	Shilla (한국)	Shilla (한국)	Shilla (한국)	Shilla (한국)
4위	영국 (5.5)	영국 (5.2)	영국 (4.7)	영국 (4.5)	영국 (4.0)	4위	DFS (홍콩)	CDFG (중국)	CDFG (중국)	Dufry (스위스)	Dufry (스위스)
5위	독일 (4.6)	독일 (4.5)	독일 (4.2)	UAE (3.7)	UAE (3.6)	5위	Shilla (한국)	Lagardere (프랑스)	Lagardere (프랑스)	Lagardere (프랑스)	DFS (홍콩)

※ 자료출처 : Generation Research

※ 자료출처 : Moodie Davitt Report

* '19년도까지 최근 5년간 세계 면세점 시장 점유율 1위 국가는 **대한민국**
(코로나19 이후 '20년부터 국가별 순위는 미발표)

** 중국의 면세점굴기 정책으로 국영기업인 CDFG(China Duty Free Group)이 급속도로
성장하여 '20년도 이래로 세계 면세기업 매출액 순위 1위를 차지(롯데, 신라 면세점 2, 3위)

□ 면세점 매출액 추이

(단위: 억원, %)

구분	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22.1~9	
									매출액	전년 대비
매출액	83,077	91,984	122,757	144,684	189,602	248,585	155,052	178,334	131,368	0.5

□ 내·외국인별 면세점 매출액

(단위 : 억원, %)

구분	'18		'19		'20		'21		'22.1~9	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
합계	189,602	100	248,585	100	155,052	100	178,334	100	131,368	100
외국인	150,004	79.1	208,129	83.7	145,855	94.1	170,054	95.4	9,815	7.5
내국인	39,598	20.9	40,456	16.3	9,197	5.9	8,279	4.6	121,553	92.5

□ 규모별 매출액 현황

(단위: 억원, %)

구분	'18		'19		'20		'21		'22.1~9	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
합계	189,602	100.0	248,585	100.0	155,052	100.0	178,334	100.0	131,368	100.0
대기업	174,741	92.2	233,973	94.1	144,747	93.4	170,015	95.3	124,141	94.5
중소중견	9,704	5.1	9,537	3.8	5,819	3.8	2,280	1.3	2,023	1.5
공기업	5,157	2.7	5,075	2.1	4,485	2.9	6,039	3.4	5,204	4.0

□ 면세점 국산품 매출액

(단위 : 억원, %)

구분	'18		'19		'20		'21		'22.1~9	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
전체 매출액	189,602	100	248,585	100	155,052	100	178,334	100	131,368	100
국산품 매출액	59,584	31.4	72,382	29.1	42,155	27.2	48,537	27.2	26,110	19.9

□ 특허수수료 부과 현황

(단위: 억원)

기준연도	'17	'18	'19	'20	'21
합계	609	1,031	751	223	348
대기업	592	1,012	734	217	338
중소·중견기업	1	1	0.8	0.2	0.1
공기업	16	17	16	6	10

* 특허수수료 산정기준: 세관신고기준('17~'18년), 기업회계기준('19~'21년)

** '20, '21년은 50% 감경(관세법 시행규칙 제68조의2 제3항)

