

# 재계 떨게 한 1년, 그 뒤엔 김상조의 수족이 있었다

(공정위원장)

(기업집단국)

**공정위 기업집단국 설치 1년**  
하이트진로·효성 등 11개 법인  
19개 사건, 과징금 340억 부과  
총수일가 등 13명 검찰 고발도



김상조 공정거래위원장 /손진영 기자

공정거래위원회 기업집단국이 설치 1년을 앞두고 있다. 기업살리기에 역점을 두고 있지만 일각에서는 공정위 기업집단국을 검찰의 옛 중앙수사부와 비견할 만한 수준으로 보면서 기업 옥죄기에 나선 것이 아니냐는 시각도 있다.

10일 공정위에 따르면 공정위 기업집단국은 오는 22일 설치 1년을 맞는다. 기업집단국은 출범 후 19개 사건을 처리했고, 과징금 총 396억9000만원을 부과했다. 11개 법인과 13명(총수 일가 4명 포함)은 검찰에 고발했다.

시작은 올해 1월 하이트진로였다. 기업집단국은 이른바 '백주캔 통행세'로 총수 2세에 100억원대 부당지원을 한 혐의로

과징금 총 107억원을 부과하고, 총수 2세인 박태영 경영전략본부장 등을 검찰에 고발했다.

또한 4월 효성이 퇴출 위기에 처한 조현준 회장 회사에 부당한 자금지원을 한 행위를 적발, 조 회장 등을 검찰에 고발하고 과징금 30억원을 부과했다.

6월에는 LS가 철퇴를 맞았다. 10년 넘

게 총수일가가 지분을 보유한 회사에 197억원을 몰아 준 혐의로 과징금 총 260억원을 매기고, 그룹 총수인 구자홍 LS니코동제련 회장 등을 검찰에 고발했다.

공정위가 사익편취 법 집행 이외에도 역량을 쏟았다. SK가 공정거래법상 유예기간을 넘기면서 금융회사를 보유한 행위를 적발해 과징금 30억원을 부과했다.

대기업집단이 공정위에 매년 신고해야 하는 내용을 허위로 적어 낸 사실도 잡았다.

부영 소속 5개 회사가 주식 소유현황을 차명주주로 허위 기재해 제출한 혐의로 각 회사를 고발했다. 또한 조양호 한진 회장이 총수 일가 소유 회사와 친족 62명이 빠진 신고를 계속해왔다는 사실을 적발해 조 회장을 검찰에 고발하기도 했다.

아울러 기업집단국은 새로운 혐의 포착에도 집중했다. 올해 1월 금호아시아나, 2월 아모레퍼시픽, 3월 한화, 4월 한진·SPC, 5월 미래에셋, 7월 삼성, 8월 SK 등 언론을 통해 알려진 것만 해도 매달 한

개 대기업집단 꼴로 직권조사를 벌이고 있다.

과거 공정위에 기업집단국과 같은 역할을 하는 조직이 없었던 것은 아니었다. 2005년 역사속으로 사라진 '조사국'은 대기업 조사를 전담하는 조직이었다. 조사국은 1992년 조사 1~3과 50여명 정예인력을 갖춘 조직으로 설치돼 주요 재벌그룹의 부당 내부거래를 조사했다.

50대 그룹까지 주기적으로 내부거래 조사를 벌이며 재벌의 일탈 행위에 고삐를 죄는 역할을 했다. 이에 '재계 저승사자'라는 별칭이 생겼다. 그러나 직권 조사가 과도하다는 재계의 반발로 2003년 미리 조사 사실을 알리는 '조사예고제'가 도입돼 뒷걸음질 치다가 2005년 조직 개편으로 조사국은 공정위 직제에서 사라졌다.

지난해 경제민주화를 국정과제로 내건 문재인 정부가 들어서고서 부활 논의는 다시 급물살을 탔다. 김상조 공정거래위원장은 후보자 시절인 지난해 5월 18일 첫 기자회견에서 기업집단국 신설을

공식화하며 "이제는 조사국이라는 표현을 쓰지 않고 기업집단국으로 부르겠다"고 선언했다.

이후 기업집단국 설치 작업은 차근차근 진행돼 작년 9월 22일 신봉삼 당시 시장감시국장을 초대 국장으로 출범했다. 기업집단국에 더해 지주회사과, 공시점검과, 내부거래감시과, 부당지원감시과가 신설됐다. 총 정원 54명 규모의 매머드급 조직이었다.

김상조 공정거래위원장은 "재벌개혁을 전담하는 조직으로 기업집단국을 신설한 후 제 철학이나 방향에 따라 충실하게 실무적으로 보좌했다"며 "법 집행, 제도 개선, 자발적 개선 유도 등 재벌개혁에 대한 실효성 있는 종합대책을 일관되게 추진했다"고 전했다.

신봉삼 공정거래위원회 기업집단국장은 "재벌 개혁은 핵심 역량의 유출을 막아 기업 경쟁력을 높이는 기업 살리기"라고 강조했다.

/박인용 기자 parku7854@metroseoul.co.kr

## 미세공정이 中 따돌릴 최후 보루

» 1면 '중의 반도체 굴기...'서 계속

비용감당이 안되다 보니 세계 2위 파운드리 기업인 글로벌파운드리(GF)는 7나노 공정 개발을 포기한다는 입장을 밝히기도 했다.

현재 파운드리 분야 1위인 대만 TSMC는 5나노 공정에 250억 달러(약 27조9000억원)를 투자해 대만 타이난에 위치한 사우스타이완 사이언스파크 공장에 12인치 웨이퍼 팹을 짓고 있으며 2020년 양산 예정이다.

여기에는 3나노 생산 설비도 입주할 전망이다. 외신에 따르면 TSMC의 5나노 예상 투자액은 7000억 대만달러(약 25조7000억원)로 예상된다.

삼성전자도 발빠르게 대응하고 있다. 현재 ASML의 수주잔고를 포함해 업계

에서 가장 많은 장비를 확보했다. EUV 노광장비 연구개발을 시작한 지 3년 만에 사업화 가능한 생산성을 확보했다.

EUV 장비를 이용해 내년부터 7나노 반도체 대량 양산을 시작할 예정이며, 5나노 공정은 2020년에 안정화시킬 예정이다.

삼성전자는 지난 2월 경기도 화성 반도체 공장 부지 내에 세계 최초로 EUV 전용 생산라인 설립을 시작했으며 내년에 완공해 2020년 가동을 시작한다.

미세공정이란 트랙에서 쫓아오는 중국과 달아나는 한국 사이의 경주는 어떻게 끝날까. 초격차를 외치는 한국 반도체 업계의 노력이 거센 중국의 도전을 뿌리치고 경쟁력을 유지할 수 있을지 업계의 관심이 집중되고 있다.

/안병도 기자 catchrod@

## 삼성, 브랜드가치 90조 육박... 1년새 57%↑

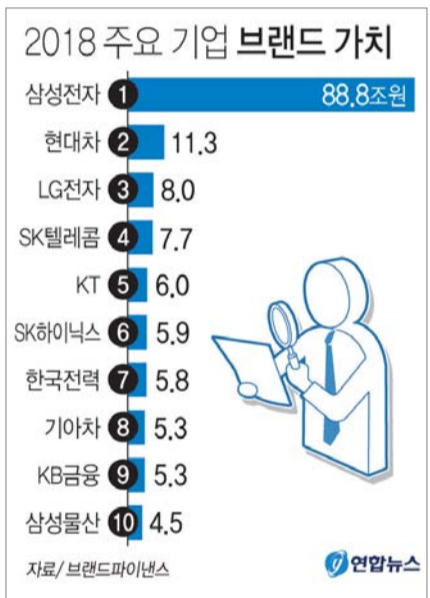
**영 브랜드파이낸스 발표**  
삼성전자 88.8조로 1위  
2위 현대차의 8배 수준

삼성전자의 브랜드 가치가 90조원에 육박하며 우리나라 기업 가운데 압도적인 1위에 오른 것으로 나타났다.

지난해보다 60% 가까이 브랜드 가치가 높아지며 2위 업체의 8배 수준에 달하는 동시에 다른 '톱 10' 기업을 모두 합친 것보다 많은 것으로 나타났다.

10일 업계에 따르면 영국의 브랜드 평가 전문 유력 컨설팅업체인 '브랜드파이낸스'가 최근 발표한 '2018년 한국 브랜드 가치 50대 기업 명단'에서 삼성전자가 1위에 올랐다.

삼성전자의 올해 브랜드 가치는 88조



8000억원으로, 지난해(56조5000억원)보다 무려 57%나 증가하며 역대 최고치를

기록했다. 브랜드 등급도 지난해 'AAA'에서 올해는 'AAA+'로, 상위 10개 기업 가운데 유일하게 최고 등급을 받았다.

2위는 현대차(11조3000억원), 3위는 LG전자(8조원)로 나타났다.

이밖에 SK텔레콤(7조7000억원), KT(6조원), SK하이닉스(5조9000억원), 한국전력(5조8000억원), 기아차(5조3000억원), KB금융그룹(5조3000억원), 삼성물산(4조5000억원) 등이 뒤를 이었다.

이번에 발표된 '50대 기업 리스트'에는 삼성전자와 함께 삼성물산(10위), 삼성SDS(14위), 삼성화재(18위), 삼성생명(26위), 삼성카드(36위), 삼성전기(50위) 등 삼성 계열사가 7개나 포함됐다.

/구서윤 기자 yuni2514@

## 달라진 추석선물... 소포장·DIY 등 1인가구 상품 붐

소포장·간편식 선물세트 다채  
'소확행'·'가심비' 트렌드 따라  
골라담는 DIY 패키지도 인기



롯데 추석 선물세트. /롯데쇼핑

1인 가구가 560만 명을 넘어서면서 '나홀로족'을 위한 유통업계의 마케팅도 치열해지고 있다. 추석 선물 풍속도도 달라지고 있다. 1인 가구를 위한 소포장·DIY(직접 만들 수 있는 제품) 선물세트도 등장했다. 선물의 범위는 크게 확대됐다.

10일 관련 업계에 따르면 유통업계는 다가올 추석을 위해 다양한 마케팅을 선보이고 있다. 특히, 최근 몇 년간 1인가구의 증가로 소비 트렌드가 달라짐에 따라 추석 선물의 종류도 한층 다채로워진 분위기다.

◆소포장·이색 상품으로 니즈 공략  
백화점, 대형 마트 등을 포함한 유통

업계는 추석 선물 예약 판매를 끝내고 본판매에 속속 돌입하고 있다. 편의점들도 추석 선물 판매에 적극적으로 나서고 있다.

올해는 1~2인 가구나 젊은층을 겨냥한 상품이 다양화된 것이 특징이다. 소포장·간편식 선물 품목을 늘리고, 소

비자의 니즈를 공략하는 이색 조합 상품도 선보인다.

롯데·신세계·현대 등 주요 백화점에서는 소포장 제품군을 확대하고 이색 상품을 내놓았다.

롯데백화점은 올해 1인 소포장 세트를 25% 이상 확대했다. 한우는 가격과 중량을 세분화했고, 수산선물세트는 굴비, 전복 외에도 장어, 대하 등을 추가해 어종을 다양화했다.

신세계백화점은 올해 지난해 추석 총 물량보다 3만 세트(11.1%) 늘어난 총 30만 세트를 준비했다. 10만원대 실속 세트 상품의 인기가 지속될 것으로 예상해 물량을 20% 늘린 데 이어, 젊은층을 겨냥한 간편·이색 상품을 대거 선보이고 있다.

현대백화점도 한정판·차별화된 제품으로 마케팅 대열에 동참했다. 독도 인근 150~300m 수심에서 잡힌 '독도 새우 선물세트(1kg)', 부산 지역에서 많이 잡

히는 '달고기 세트(21kg)'를 각각 30세트씩 한정 판매하고 있다.

한 업계 관계자는 "10만원 대 실속형 제품의 인기가 지속되는 한편, 1인가구의 증가와 소비 트렌드의 변화로 소포장, 이색 상품이 늘어나는 추세"라며 "추석 대표 인기 상품인 신선식품도 새롭게 조합하거나, 용량을 세분화해 선보이면서 소비자들의 니즈를 공략하고 있다"고 말했다.

◆추석 선물도 '소확행' 따라  
최근 주 52시간제 도입, '워라벨' 문화의 확산 등으로 '소확행'(소소하지만 확실한 행복)·'가심비'(가격 대비 만족을 추구하는 소비) 등이 소비 트렌드로 떠올랐다.

이 같은 트렌드는 추석 선물 상품에도 영향을 미치고 있다. AK플라자의 '햄퍼 패키지'의 경우, 소비자가 원하는 상품을 한 데 모아 선물 세트로 구성할 수 있는 이색 패키지다.

AK플라자는 청과, 수산, 축산, 가공식품 등 식품관 내 상품으로만 구성할 수 있었던 DIY 명절 선물 세트를 대폭 확대해 귀걸이, 지갑 등 작은 잡화까지 원하는 가격에 자유롭게 골라담을 수 있도록 했다.

이번 '햄퍼 패키지'는 DIY 선물세트 판매량이 늘어나면서 판매가 확정됐다. 실제, 올해 설 선물세트 판매기간 동안(2월 1일~15일) 선물세트 매출은 지난해 추석(9월 15일~10월 2일) 대비 50% 늘었다.

갤러리아백화점은 타인이 아닌 자신을 위한 선물, '셀프 기프팅 세트'를 선보인다. 영국 하이엔드 오디오 브랜드 루악의 스테디셀러 상품 '루악 R4 스피커', 블랜더 전문 브랜드 '바이타믹스'의 프리미엄 믹서기 '바이타믹스 PRO 750 블랜더' 등을 선보이며 '포미(FOR ME)족' 공략에 나섰다.

한 업계 관계자는 "다양한 상품을 조합해 원하는 가격에 구성할 수 있는 DIY 선물세트 판매가 늘고 있다"며 "소비 트렌드가 변화함에 따라 명절 선물 상품들도 더욱 다채로워질 것"이라고 말했다.

/김민서 기자 min0812@