

# 주차장 1400억... 온누리상품권 1800억... 백종원식 컨설팅

## 중기부 올 전통시장 5370억 지원

전년 보다 예산 1616억원 증액  
주차장보급률 100% 달성 목표  
노후시설 현대화 등에 1236억

정부가 2022년까지 전통시장내 '주차장 보급률 100% 달성'을 위해 올해 1400억원이 넘는 돈을 쏟아붓는다.

특히 전통시장으로 소비자들의 발길을 유도하기 위한 온누리상품권 발행을 위해 수수료 등에 1800억원 가까운 예산을 쓰기로 했다.

청년 창업 활성화를 위해 도입한 전통시장내 복합청년몰이 주변 상권까지 확대될 수 있도록 입지제한도 완화하기로 했다.

중소벤처기업부는 올해 전통시장 지원 예산이 5370억원으로 지난해보다 1616억원 늘었다고 16일 밝혔다.

이는 지난해 발표한 '자영업 성장·혁신 종합대책'과 연계해 전통시장 사회간접

(2019년도 전통시장 주요사업별 예산 및 지원 규모)

/자료=중소벤처기업부

구분	지원 내용	지원계획	'19년 예산(원)
시설 현대화	공용주차장 건립·개량 및 사설주차장 이용보조	100곳	1423억7300만
	노후시설 개선 및 편의시설 확충	430곳	1236억8700만
전통시장 시설 및 안전관리	화재 등 안전 위험요인 파악·제거를 위한 점검	433곳	24억5800만
	개별 점포별 화재감지 및 알람시설 설치	23,500점포	131억7500만
	화재피해 보상으로 조속한 생업복귀 지원	-	9억9000만
	개별점포의 전선을 정비해 화재예방	57곳	90억9600만
복합청년몰 조성 및 활성화지원	청년점포 및 고객 휴게공간 등이 집합된 청년몰 조성	5곳	37억
	청년상인에게 전문가 컨설팅, 시제품 지원	270명	27억
	전통시장 유희점포 활용 청년상인 창업지원	13곳	37억
	대학인프라를 활용해 공동에과과제 해결	7곳	16억
시장 특성화 및 상권육성	전통시장의 입지·역량을 감안 시장별 특색 발굴	신규 100곳 계속 75곳	361억
	쇠퇴한 상권 활성화를 위해 주변 환경개선 테마공간 조성 등 자생력 확보를 지원	신규 5곳 계속 3곳	29억4000만
온누리상품권	전통시장 및 상점이 전용 상품권 발행	-	1771억6400만
시장경영 바우처지원	전통시장상점가는 부여된 바우처 한도 내에서 자율적으로 필요 지원사업을 선택운영	340곳	165억
조사 및 평가	실태조사 및 성과평가를 통한 정책 방향 설정	-	8억6300만
합계			5370억4600만

자본(SOC)을 확충하고 복합청년몰 등 지속 성장이 가능한 상권을 육성하기 위해서다.

특히 정부 주도에서 벗어나 상인 주도형 체제로 전환, 전통시장 상인들이 자생

력을 키울 수 있도록 유도할 방침이다.

또 전통시장 시설 개선 사업에서는 디자인 공모를 의무화해 지역과 시장의 특성을 반영토록 하고, 그동안 한 번도 지원 받지 못한 전통시장은 우대 대상으로 지

정하기로 했다.

중기부는 우선 올해 전통시장 주차환경 개선에 1423억원, 시설 현대화에 1236억원을 각각 투입한다.

전통시장을 찾는 고객들이 가장 불편함을 호소하는 주차난을 해소하기 위해 주차장 보급률을 2022년까지 100%로 끌어올릴 계획이다. 올해에는 주차장을 새로 건립하는 45곳을 포함해 개보수 등 109곳을 지원한다.

124억원을 들여 전국 16곳에 전통시장 태양광 발전시설을 설치하고, 게스트하우스나 빈 점포를 활용한 복합문화공간 등을 추진하기로 했다.

온누리 상품권 발행을 위한 예산은 1771억원으로 책정됐다. 단일 사업 분야로는 가장 큰 규모다.

복합청년몰도 활성화한다. 입지제한을 완화해 기존의 전통시장뿐만 아니라 폐공장, 농협창고, 폐극장 등을 활용한 테마형 청년상점가를 조성할 수 있도록 했다.

이와 함께 기업형·조합형 공동창업, 창업전문기업 연계 창업보육센터형 청년몰 등 신개념 청년몰을 도입하고 지역 사회

와 연계를 강화하는 등 영업환경의 개선에 나설 방침이다.

청년 상인에게는 '백종원식' 컨설팅을 도입하고 성공 상인의 경영·노하우를 전수하는 등 사후 지원도 확대한다.

이러한 지원은 상인이 필요한 사업을 직접 기획해서 정부 지원을 받는 체제로 바뀐다.

중기부는 특히 상인들이 자신의 필요에 따라 분야와 기관을 고르는 '시장경영 바우처 지원' 사업을 도입하겠다고 밝혔다. 전통시장이 주어진 바우처 한도 내에서 자율적으로 필요한 지원사업을 선택, 운영하는 방식이다.

특성화시장 육성사업에 대해서는 사후 관리 등급제를 시행한다. 특성화 사업 결과물의 유지·관리 실태, 지자체와 상인회의 지원 실적 등을 종합적으로 평가해 이후 사업 참여를 우대하거나 제한하겠다는 것이다.

중기부는 이런 내용의 올해 지원사업을 소개하는 12회의 지역 순회 설명회를 오는 23일까지 완료할 계획이다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

## 신라인터넷면세점, 겨울방학 특수 '톡톡'

18~25세 매출 증가율 다섯배 높아

신라면세점은 최근 만18~25세 고객(이하 1825 고객) 잡기에 총력을 다하고 있다. 대학생이 많은 비중을 차지하는 1825 고객 특성상 겨울방학 기간인 12~1월에 해외여행을 가는 이들이 많기 때문이다. 이 시기에는 인터넷면세점 신규 회원 가입자 수와 해당 연령대의 매출도 크게 증가한다.

신라인터넷면세점에 따르면, 국내물 기준 1825 고객의 겨울방학 기간 매출 증가율은 다른 연령대에 비해 월등히 높다. 2017년 12월과 2018년 12월 모두 전월 대비 50% 이상 증가했다. 다른 연령대 고객 증가율과 비교했을 때 다섯 배 이상 높은 수치다.

1825 고객들은 스킨 케어 브랜드보다

는 '팩', '나스', '베네피트', '입생로랑' 등 수입 색조 브랜드를 선호하는 것으로 나타났다.

이에 신라인터넷면세점은 지난해부터 고객 맞춤형 멤버십 서비스 '라라클럽'에 1825 고객만 가입할 수 있는 '꿈꿔라 클럽'을 운영하며 이들을 위한 서비스를 제공해왔다. 꿈꿔라 클럽 고객은 상품 구매 시 1% 추가 즉시 할인을 받을 수 있다.

신라인터넷면세점은 이달 20일까지 꿈꿔라 클럽 회원에게 신라인터넷면세점에서 현금처럼 쓸 수 있는 '라라캐시' 1825원을 증정한다. 함께 여행 가는 친구를 등록하면 적립금 3만원을 증정하고 등록한 친구와 본인의 합산 쇼핑 금액에 따라 ▲CU 스타벅스 더블커피 2개, ▲스타벅스 아메리카노 2잔 기프티콘, ▲CGV 영화예매권 2장 등을 증정한다. /신원성 기자 tree6834@

## 코웨이+웅진렌탈... '웅진코웨이' 3월 출범

인수·브랜드 先 통합 後 합병  
재무적 투자자도 경영참여키로

웅진그룹 계열사인 웅진렌탈과 코웨이가 만난 '웅진코웨이'가 3월 본격 출범한다.

웅진이 앞서 재무적 투자자(FI)인 스틱인베스트먼트와 손잡고 MBK파트너스가 갖고 있는 코웨이를 인수한다고 밝힌 가운데 인수와 브랜드 통합을 먼저 한 뒤 시차를 두고 합병하는 구조다.

아울러 웅진은 웅진코웨이 출범 이후 스틱인베스트먼트를 경영에 참여시키기로 했다.

웅진 관계자는 16일 "웅진의 렌탈사업부인 웅진렌탈과 코웨이를 합친 '웅진코웨이'가 오는 3월 출범할 것"이라고 밝혔다.



웅진그룹은 또 스틱도 경영에 일부 참여한다고 덧붙였다.

스티크는 웅진씽크빅 전환사채(CB)인수 방식으로 3700여억원의 자금을 투입하고 "재무적 투자자로 웅진씽크빅과 코웨이의 성장에 기여하도록 지원할 계획"이라고 강조한 바 있다.

웅진 관계자는 "스티크가 참여 당시부터 장기 재무적 투자자로 들어오기로 한 만큼 조기에 투자금을 회수할 순 없다"며 "다만, 투자자인 스틱이 재무책임자 등 임원 한명을 보내는 방식으로 일부 경영에 참여할 것"이라고 설명했다.

웅진은 시장에서 제기되는 자금 우려에도 그룹 역량을 웅진씽크빅과 코웨이에 집중해 현금창출능력을 강화해 인수 금융을 상환할 계획이라고 전했다. /김승호 기자

## '더 실감나게'... 롯데월드 VR 콘텐츠 6종

'VR SPACE', 콘텐츠 리뉴얼 도입

롯데월드 어드벤처는 6종의 신규 콘텐츠를 도입한 'VR SPACE'를 리뉴얼 오픈한다고 16일 밝혔다.

신규 도입한 콘텐츠는 슈팅 VR인 '블랙울프', '타워태그', '시그널'을 비롯해 방탈출 VR '더 도어', 아케이드형 VR '쥬시팡팡'과 시뮬레이터 VR인 '레이싱 VR'까지 이색 콘텐츠를 대거 선보인다.

신규 슈팅 VR의 경우 세 종류 모두 여럿이 함께 즐길 수 있다는 점이 특징이다. 세 명이 함께 즐기는 '블랙울프', 동시에 네 명까지 이용 가능한 '타워태그'와 '시그널' 등이다.

중동 사막에서 납치된 인질을 구하는 '블랙울프', 암흑공간에 세워진 타워 사이에서 순간이동을 하며 팀별 배틀을 펼치는 '타워태그', 리프트를 탑승해 이동하면서 정체불명의 괴물을 물리치고 동료대원을 구하는 '시그널' 등 탄탄한 스토리와 콘텐츠의 연출력은 게임의 몰입도



레이싱 VR. /롯데월드 어드벤처

를 높여준다. 새로운 놀이공간으로 인기를 끌고 있는 방탈출에 VR을 입힌 이색적인 콘텐츠도 마련했다. '더 도어'는 두 명이 함께 협력해서 퍼즐을 풀어나가는 형식이다.

슈팅 VR과 방탈출 VR의 경우 HMD 기기에 마이크가 내장돼 있어 게임을 함께 즐기는 상대방과 안정적인 음성 채팅이 가능하다. 'VR SPACE'에 새로 도입한 VR 콘텐츠들은 온라인 게임처럼 참여자간 대화를 나눌 수 있어 더욱 실감나는 게임 플레이가 가능하다. /박인용 기자 parkiu7854@

## 깨끗하고 맛있는 물 위해... '물 맛 연구소' 개소

코웨이 물 관련 연구원 45명 소속

코웨이가 '물맛 연구소'를 열고 맛있는 물 만들기에 나섰다.

코웨이는 서울 관악구에 위치한 코웨이 R&D센터에 '물맛 연구소'를 열었다고 16일 밝혔다.

코웨이 물맛 연구소는 '깨끗하고, 맛있는 물'에 대해 연구하고 정수기 물맛의 기준을 새롭게 정립하기 위한 목적으로 만들었다. 물맛 연구소에는 한국국제수질리예협회, 한국수자원공사 공인 워터소플리예와 미국수질협회(WQA) 공인 물전문가(CWS) 등 물 관련 전문 기술을 보유한 코웨이 연구원 45명이 소속돼 활동할 예정이다.

코웨이는 2009년부터 태스크포스(TF)를 꾸리고 물맛에 대한 연구를 시작했다. 2011년에는 국내외 물맛 연구를 바탕으로 물맛의 방향성을 수립했으며 2017년부터 자체적으로 코웨이만의 간간한 물



코웨이가 새로 문을 연 '물맛 연구소'에서 연구원들이 연구를 하고 있다. /코웨이

맛 기준인 'GPT 지수'를 수립해 제품 평가에 활용하고 있다.

또 물맛 관능 평가 및 관능 평가 전문 통계 프로그램을 도입하고, 물맛 전문 패널을 양성하는 등 물맛 연구에 대한 수준을 지속적으로 높이고 있다.

이같은 노력에 힘입어 지난해 한국국제수질리예협회가 실시한 '국내 주요 정수기 물맛 비교 테스트'에서 1위를 차

지하기도 했다.

코웨이는 향후 물맛 연구소를 중심으로 ▲정수기 물맛 특성 정의 ▲정수기 필터 성능에 따른 물맛의 연관성 과학적 입증 ▲정수기만의 맛있는 물맛 기준 수립 등의 연구활동을 진행할 계획이다. 또 물맛 연구소에서 연구한 핵심 성과들은 코웨이 정수기 및 필터 개발 시 적극 반영할 방침이다. /김승호 기자