



[뉴스]
화웨이 5G장비 도입
LG유플러스
보안 강화에 총력전
02



Economy

Market data table with columns for 코스피, 코스닥, 금리, 환율 and their respective values and changes.

“이윤추구보다 사회적 지지”
재계 3세, 달라진 경영목표

삼성 미래인재 육성 강화
SK 사회적 가치 전도사
LG 고객 만족이 최우선



LG 구광모 대표는 고객 만족을 경영 목표로 설정하고, 공식 행사에 개주별 복장을 즐겨입는 등 파격적인 모습을 보이고 있다. 사진은 LG 테크데이에서 대학생들과 기념사진을 찍는 구 대표.

재계가 경영 목표를 이윤 창출이 아닌 '사회 기여'로 빠르게 전환하고 있다.
오너의 지분율이 크게 희석되면서 경영권을 유지하기 위해 '소프트 파워'를 강조하며 이미지를 중요시하는 마케팅이 확대되고 있기 때문이다.

LG도 구광모 회장이 취임한 후 고객에 '올인'하는 모습이다. 구 회장이 올 초 신년사에서 고객에 감동을 줘야 한다고 주문한 후 계열사들도 잇따라 고객 만족을 최우선 가치로 걸었다.

는 크게 달라졌기 때문이라고 보고 있다. 가장 큰 변화는 기업에 대한 오너의 영향력 축소다. 3~4세 시대에 접어들었다가, 규제에 따른 지배구조 개편 등으로 지분율이 크게 희석됨에 따라 일어난 현상이다.

LG도 구광모 회장의 지분은 15%, 특수관계인까지 보면 40% 안팎이다. LG전자는 LG 지분이 33.67%다. SK 역시 최태원 회장 지분율은 18.29%, 특수관계인들을 합쳐도 30% 수준에 머물러있다.

지분율로 경영권을 담보할 수 없는 상황은 대외적 이미지를 중요하게 여길 수밖에 없는 이유로 들어진다. 행동주의펀드 뿐 아니라 국민연금까지도 경영권에 개입키로 하면서 위기감은 더욱 증폭된 것으로 알려졌다.

기업의 사회적 역할이 바뀌었기 때문이라는 시각도 있다. 4차 산업혁명이 시작되면서 산업간 경계가 희미해지는 상황, 기업간 격차가 줄어들면서 생존 전략으로 사회적 지지를 구하는 것이라는 분석이다. '낙수효과'에 대한 불신도 팽배해졌다.

마케팅 전략 변화도 재계를 움직이게 했다는 전언이다. 소비자들이 기업 이미지를 중요하게 여기는 만큼, 제품 홍보보다는 사회적 역할 실현에 중점을 옮기고 있다는 설명이다. 제품 성능보다는 이미지를 앞세우는 애플과 테슬라가 대표적인 사례다.

/김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

<우대수수료·세액공제 확대효과를 반영한 실질 경감 효과>

Table showing the impact of card fee changes and tax benefits on actual relief effects, with columns for category, card fee, annual fee, and relief amount.

*매출이 모두 신용카드로 발생하는 경우를 가정 /금융위원회

가맹점 93%, 수수료 우대
연간 8000억원 부담 경감

카드수수료 개편 효과

정부의 카드수수료 개편으로 가맹점의 수수료 부담이 연간 8000억원 가량 줄어든다. 혜택이 집중된 곳은 연 매출이 500억원 이하인 가맹점이다.

반면 대형가맹점에는 수수료가 올랐다고 우려된다. 카드사들은 그간 마케팅 혜택이 많았던 만큼 수수료율 인상이 불가피하다는 입장이지만 통신사, 대형마트 등 대형가맹점과의 갈등은 불가피해졌다.

금융위원회는 지난해 11월 발표한 '카드수수료 종합개편 방안'에 따라 카드사가 카드수수료율을 조정할 결과 약 8000억원의 카드수수료가 경감되는 효과를 봤다고 19일 밝혔다.

<관련기사 3면>

카드수수료는 연 매출액 30억원 이하가맹점에서 연간 5700억원, 연 매출 30억원 초과 500억원 이하 일반가맹점에서 2100억원이 줄었다.

백화점·대형마트·통신업종 등 대형가맹점은 올라 같을 예고

당국, 부당 수수료율 지속점검 이달 중 카드사 이의제기 가능

더 줄어든다. 올해부터 부가가치세 매출세액 공제 한도가 연 500만 원에서 1000만원으로 확대되면서 실질수수료는 개편 전 1.05~1.55%에서 0.1~0.4%로 낮아진다.

연 매출액 30억원 초과 일반가맹점도 연간 2100억원 가량의 수수료 부담을 덜어냈다.

수수료율은 연 매출 30억~100억원 구간의 가맹점은 평균 0.3% 포인트, 100억~500억원은 평균 0.2%포인트의 인하됐다.

반면 연매출 500억원을 초과하는 대형가맹점에 대한 수수료는 인상됐다. 지난해 상반기 기준 주요 대형업종의 평균 수수료율은 대형마트 1.94%, 백화점 2.01%, 통신업종 1.80% 등이다.

금융위 관계자는 "마케팅 혜택이 집중된 연 매출 500억원 초과 일부 대형가맹점의 경우 카드수수료에 반영되는 적격비용률이 인상된 사례가 있을 수 있다"며 "마케팅 혜택 등을 감안하면 낮은 카드수수료를 부담해온 대형가맹점과 관련해 수익자 부담 원칙을

현 및 카드수수료 역진성 해소 차원"이라고 설명했다. 실제 일부 업종의 경우 연간 카드사의 가맹점수수료 수입이 약 3500억원인 반면 해당 업종에 카드사가 지출하는 프로모션을 포함한 총 마케팅비용은 3600억원 수준이었다.

금융위 관계자는 "신용카드 가맹점에 부당하게 높거나 낮은 수수료율이 적용되지 않도록 지속적으로 점검·관리할 예정"이라며 "카드사별 수수료율 관련 이의신청 등 가맹점 문의에 적극 대응하겠다"고 밝혔다.

통지된 카드수수료율에 의문이 있는 경우 이달 중 카드사에 문의하거나 이의제기를 할 수 있다. 금융위는 카드업계의 고비용 마케팅 관행 개선과 경쟁력 강화를 위한 제도 개선안을 1분기 중 마련할 계획이다.

금융위는 카드업계의 고비용 마케팅 관행 개선과 경쟁력 강화를 위한 제도 개선안을 1분기 중 마련할 계획이다.

금융위는 카드업계의 고비용 마케팅 관행 개선과 경쟁력 강화를 위한 제도 개선안을 1분기 중 마련할 계획이다.

금융위는 카드업계의 고비용 마케팅 관행 개선과 경쟁력 강화를 위한 제도 개선안을 1분기 중 마련할 계획이다.

/안상미기자 smahn1@



문재인 대통령이 19일 오후 서울 노원구 월계문화복지센터에서 포용국가 사회정책 대국민 보고를 하기에 앞서 초등학생 방과 후 프로그램 현장을 찾아 어린이들과 함께 보드 게임을 하고 있다.

文 대통령, 노원 월계문화복지센터서 포용국가 대국민보고

“2022년까지 모든국민이 전 생애 기본생활 영위”

3대 비전-9대 전략 발표

문재인 대통령이 19일 서울 노원구에 위치한 월계문화복지센터에서 '포용국가 사회정책 대국민보고'를 했다.

문 대통령의 이번 보고는 작년 9월 포용국가 전략회의 때 제시된 '3대 비전-9대 전략'의 구체적 이행방안을 국민들에게 알리기 위해서다. 포용국가를 위한 3대 비전 틀은 ▲사회통합의 강화 ▲

사회적 지속가능성 확보 ▲사회 혁신능력 배양이다.

문 대통령은 현장 보고에서 "정부는 '혁신적 포용국가'를 목표하고 있다"며 "4차 산업혁명시대를 맞이해 혁신성장을 이뤄가면서, 동시에 국민 모두가 함께 잘 사는 포용적인 나라를 만들자는 뜻"이라고 말했다.

그러면서 "오늘 발표한 포용국가 추진계획은 돌봄·배움·일·노후까지 '모든 국민의 생애 전

주기'를 뒷받침하는 게 목표"라며 "모든 국민이, 전 생애에 걸쳐, 기본생활을 영위하는 나라, 포용국가 대한민국의 청사진"이라고 했다.

'포용국가 추진계획'이 차질 없이 추진된다면 오는 2022년엔 모든 연령이 기본생활에 불편을 겪지 않는다는 게 문 대통령의 주장이다. 문 대통령이 말하는 기본생활은 건강·안전·소득·환경·주거 등 국민의 삶에 밀접한 분야에

서 정부의 튼튼한 사회적 안전망을 뜻한다.

포용국가 추진계획은 과거 김대중 정부가 추진한 '국민기초생활보장제도'의 상위 제도가기도 하다. 김대중 정부가 추진했던 국민기초생활보장제도는 빈곤층의 '최소한의 삶' 영위가 골자인 반면, 포용국가 추진계획은 최소한의 삶에서 '인간 존엄'을 추가했기 때문이다.

<2면에 계속> /우승준 기자 dn1114@