

# 대출광고 무법지대 유튜브... “대출 쉽다” 인식 확산 우려

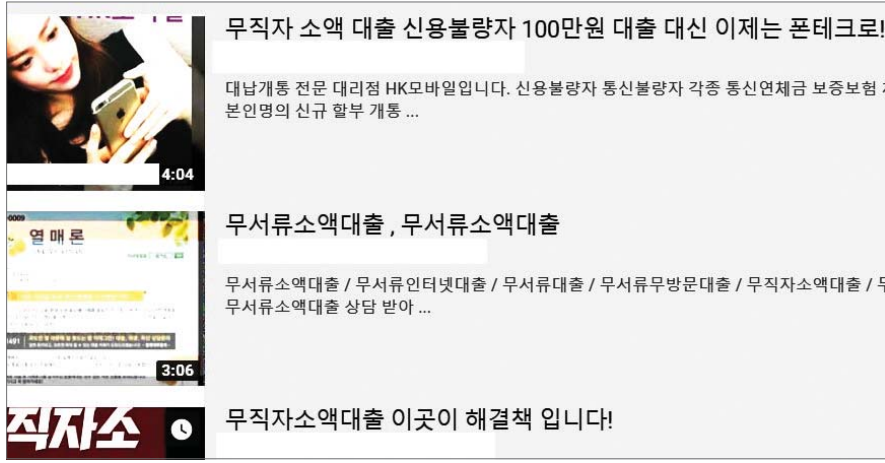
심의 안받은 광고 무분별 업로드 ‘당장’ 등 문구 청소년에 악영향 절차 까다로워 이용자 신고 저조

“해외사업자엔 제재 없고 요청 수준 자율규제 가이드라인 등 마련해야”

“유튜브에서 배웠어요”

바야흐로 유튜브 시대다. 먹는 것부터 자는 것까지 실생활에 필요한 정보를 영상으로 배울 수 있다는 장점에 이용자 수가 급격히 늘어나는 추세다. 하지만 영상 전반에 사전심의를 받지 않은 대출 광고가 무분별하게 올라오고 있어, 경제 관념이 형성되지 않은 청소년 등이 그릇된 가치관을 가질 수 있다는 지적이 나온다. 전문가들은 자율규제 가이드라인 등을 통해 플랫폼 사업자까지 제재할 수 있는 방안이 필요하다고 강조했다.

9일 업계에 따르면 미디어를 소비하는 형태가 모바일로 집중되면서 유튜브 광고가 TV 광고시장을 대체할 것이라



유튜브속 대출영상광고.

/유튜브 홈페이지 캡처

는 전망이 나왔다. 메조미디어가 발표한 ‘2018 디지털 동영상 이용 행태 조사’에 따르면 조사 대상 전 연령대가 TV보다 모바일로 동영상 시청을 더 많이 한다고 답했다.

이에 맞춰 저축은행 대부업 등도 20·30대 젊은 고객층을 겨냥한 유튜브 광고를 늘리고 있다. 영상 전후 쉬운 대출 방법을 광고로 전하거나, 직접 유튜브 채널을 개설해 고객 끌어모으기에 나서고 있는 것. 높은 금리 등으로 인한

부정적인 이미지를 깨고 잠재고객을 확보하겠다는 취지다.

문제는 이 같은 광고가 유튜브 이용자의 연령과 무관하게 노출되고 있다는 것. 서울시 전자상거래센터 조사 결과에 따르면 유튜브 등 소셜미디어의 허위·과장 광고로 인한 국내 소비자 피해 경험은 2016년 23%에 이어 2018년에 28%로 지속적으로 증가했다. 경제 관념이 깊어지지 않은 유튜브 이용자가 늘어나면서 대출 광고 규제 미비로 인

한 피해가 확대될 수 있다는 설명이다.

앞서 금융당국은 2015년 대부업 개정에 따라 TV 대출 광고를 제한해왔다. 대출 광고가 무분별하게 TV에 방영되면서 광고에 자주 노출되는 청소년이 대출이 쉽다는 인식을 가질 수 있다는 판단에서다. 당시 정부는 밤 10시부터 자정까지 많은 사람이 텔레비전을 보는 주요 시간대에 대부업 광고를 제한하고, ‘여자가 쉽게’, 돈을 쉽게 빌릴 수 있다는 이미지를 갖게 하는 ‘당장’ ‘단박에’ 등 문구는 사용을 금지했다.

하지만 전문가들은 TV에서 유튜브 등 온라인 SNS(소셜네트워크서비스)로 광고 범위가 확대되고 있는 만큼 이를 위한 별도의 규제가 필요하다고 말한다.

정일형 경성대 커뮤니케이션학부 교수는 “유튜브를 이용하는 대상은 늘어나는데, 영상은 제대로 검증되지 않은 채로 업로드되고 있다”며 “특히 청소년의 경우 아무런 비판없이 영상을 받아들일 수 있어 영상검증을 위해 유튜브, 크리에이터 등 플랫폼 사업자까지 제

재 범위를 적용하는 등 효과적인 방법을 마련해야 한다”고 했다.

현재 유튜브 이용자는 부적절한대출 광고도 즉각 신고할 수 없어 피해 시 조치도 미흡한 상태다. 게시물로 업로드된 영상은 바로 신고할 수 있지만 광고는 구글애즈 사이트를 방문해 신고해야 한다. 구글애즈는 광고주가 주로 사용하는 사이트로, 신고절차가 쉽지 않아 유튜브 이용자의 신고가 저조할 수 있다는 설명이다.

금융당국 관계자는 “대출 내용을 주로 규제하고 있고, 광고는 방송통신심의위원회와 함께 진행해야 한다”며 “모니터링을 하고 있지만, 주로 신고가 접수된 사안에 대해 모니터링이 이뤄지고 있다”고 말했다.

정 교수는 “유튜브 페이스북 등 해외 사업자는 제재 할 수 있는 방안이 마련돼 있지 않아 요청 정도에 그칠 수 있다”며 “미국 유럽 일본 등과 같이 사업자 자율규제 가이드라인을 마련하는 등 소비자 보호 방안을 마련해야 한다”고 덧붙였다. /나유리 기자 yul115@metroseoul.co.kr

## 美 제재 확대에 무너지는 화웨이, 삼성·LG 반사이익 기대

중남미 마케팅에 연 수백만 달러 수출금지에 시장 확대 브레이크 하반기 협의 이뤄져도 영향 지속

화웨이에 대한 미국의 무역 제재가 계속되면서 미국과 중국의 갈등이 격화되고 있다. 중국도 이에 맞서 자국민에게 미국 유학과 관광 주의보를 내리며 반격하고 있다. 무역 마찰에서 시작된 미·중 갈등이 외교, 군사, 문화 등 전 분야로 확장하는 모습이다.

갈등이 이어지는 사이 화웨이는 글로벌 영향력을 점진적으로 잃어갈 것이라는 예상이 꾸준히 나오고 있다. 제재가 지속될 경우 그간 꾸준히 글로벌 시장을 확장해온 화웨이에게 타격이 불가피하다.

특히 성공 가도를 달려온 중남미 시장에서도 그 동력을 상실할 것이라는 전망이 나온다. 9일 글로벌 시장조사기관 카운터포인트 리서치에 따르면 올해 1분기 중남미 스마트폰 시장에서 화웨이는 16%의 점유율을 기록하며 지속 성장세를 보였다. 지난해 중남미 스마트폰 시장 자체가 전년 대비 소폭 역성



중국 상하이 난징동루에 있는 화웨이 매장. 난징동루는 중국의 경제 중심 도시 상하이에서도 최대 변화가로 손꼽히는 곳이다. /연합뉴스

장 했음에도 불구하고 화웨이 판매량은 전년 대비 51% 증가한 것이다.

화웨이는 현재 중남미 시장의 약 60%에 해당하는 국가에 진출해 있는데, 1분기 페루와 칠레 시장에서 각각 27%와 36%의 점유율을 기록하며 시장 점유율 2위를 차지했다. 또한, 중남미에서 큰 시장 중 하나인 멕시코에서는 고가 제품 구매 시 저가 제품을 번들로 함께 제공

하는 마케팅을 통해 판매를 크게 확대하며 24%의 점유율을 기록, 26%를 차지한 삼성의 뒤를 바짝 쫓았다.

이 같은 성과를 위해 화웨이는 연간 수백만 달러에 이르는 마케팅비를 사용하며 브랜드 입지를 다졌고, 모든 채널과 통신사업자에 화웨이 브랜드가 입점할 수 있도록 적극적인 판매 활동을 펼쳤다. 중남미 주요 국가 대부분의 대도시에서 플

래그십 수리센터를 여는 노력도 있었다.

그러나, 미국 정부의 수출 금지 조치 제재로 인해 화웨이는 남미 시장에서도 비상에 걸렸다. 브라질 진출을 앞두고 있었던 화웨이의 브라질 시장 진출이 지연될 것으로 보이며, 여타 중남미 국가들에서도 더 이상의 추진력을 발휘하기는 어려울 것이라는 전망이다.

올 하반기 협의가 이뤄지더라도 내년 상반기까지는 어느 정도 영향을 미칠 것으로 예상된다. 이로 인해 제품라인이 잘 구축된 삼성전자와 원플러스가 반사이익을 입을 것으로 기대된다. LG 전자도 중저가 라인에서 수혜를 입을 수 있을 것으로 보인다.

카운터포인트리서치 이윤정 애널리스트는 “화웨이 이슈로 인해 삼성전자가 반사이익을 볼 것으로 보이며, 남미 시장에서 1위 자리를 더욱 공고히 할 것으로 기대된다”고 말했다. 이어 “화웨이가 중남미 시장에서 중저가 스마트폰에 초점을 맞추고 성과를 내오고 있었다는 점에서 모토로라 및 LG전자의 수혜가 예상된다”고 밝혔다. /구서윤 기자 yuni2514@

## 스타트업 경제사절단 文대통령과 핀란드행

스타트업 경제사절단이 대통령 해외 순방에 동행한다. 코리아스타트업포럼은 9일 대한상공회의소와 문재인 대통령 핀란드 순방 경제사절단을 발표했다. 스타트업 중심으로 사절단이 꾸려진 것은 이번이 처음이다.

스타트업을 대표하는 민간단체인 코리아스타트업포럼과 전체 대·중·소 기업을 대표하는 대한상공회의소가 협력해 핀란드 진출 가능성이 높은 5G, 자율운행 선박, 바이오, AI, 친환경 ICT, 헬스케어, O2O 분야 등의 총 53개 스타트업을 선발했다.

5G·자율운행 선박·AI 등 53개 분야 스타트업 선발

김봉진 코리아스타트업포럼 의장을 비롯해 이수진 야놀자 대표, 안성우 직방 대표, 박재욱 V CNC 대표, 서경미 링크샵스 대표, 황승의 한국NFC 대표, 손보미 파라소프트 대표 등이 사절단에 포함됐다.

아울러 벤처캐피탈과 액셀러레이터 25개사와 대·중·소 기업 13개사, 기관·단체 11개사 등도 동행한다. 사절단은 오는 11일 코리아스타트업포럼, 알토ES, 대한상의, 핀란드상공회의소가 주최하는 ‘한-핀 스타트업 서밋’에 참석한다.

대한상의 관계자는 “스타트업 강국 핀란드에서 양국의 스타트업과 VC, 액셀러레이터 등 관련 관계자가 참가해 혁신 주제 간 개방형 혁신 성장모형을 모색하는 기회를 가질 수 있을 것으로 기대된다”고 말했다. /세한님 기자 ericbae1683@

## 현대·기아차, 두 달 연속 美 점유율 8%대

SUV가 점유율 견인... 2년 6개월 만

현대·기아차가 미국 시장에서 선전하며 두 달 연속 8%대 점유율을 유지했다. 미국에서 연속으로 8%대 점유율을 유지한 것은 2016년 11월 이후 2년 6개월 만이다.

9일 업계에 따르면 현대·기아차의 5월 미국 시장 점유율은 8.1%를 기록했다. 작년 같은 달(7.9%)에 비하면 0.2%포인트 상승했다. 현대차가 4.3%, 기아

차가 3.8%다. 현대차는 1년 전보다 0.2%포인트, 기아차는 0.1%포인트 상승했다.

현대·기아차 점유율은 제너럴모터스(GM), 포드, 도요타, 피아트크라이슬러, 혼다, 닛산·미쓰비시 이어 7위다. 현대·기아차 점유율은 4월에 8.2%로 올라서며 2년 만에 최고를 기록했다. 올해 1월 6.9%로 저점을 찍고 급상승했다.

이달엔 전월보다 0.1%포인트 하락했지만 여전히 8%대를 지켰다. 5월 판

매량은 12만8496대로 작년 같은 달에 비해 2.4% 증가했다. 현대차는 6만8434대로 3.6% 증가했고 기아차는 6만6262대로 1.0% 늘었다.

미국 시장에서 현대·기아차는 닛산·미쓰비시 얼라이언스(8.9%)를 따라붙고 있다. 점유율 차이가 1년 전보다 0.3%포인트 좁혀졌다. 닛산·미쓰비시의 판매량(14만1733대)이 1년 전보다 1.7% 감소한 때문이다. 현대·기아차 다음은 스바루(4.0%), 상당한 격차가 있다.

현대차에선 투싼(1만5616대), 싼타페(1만3807대), 코나(7197대) 등 SUV(스포츠유틸리티차)가 판매 증가세를

이끌었다.

기아차에선 대형 SUV 텔루라이드(6273대) 실적이 두드러졌다. 텔루라이드는 3월 5080대에서 4월 5570대에 이어 5월엔 6000대로 올라섰다.

쏘울(1만713대)은 두 달 연속 1만대를 넘었고 K3(포르테)(1만366대)도 11개월 만에 1만대를 회복했다.

올해 들어 5월까지 누적으로 현대·기아차의 미국 시장 점유율은 7.6%다. 작년 평균은 7.4%다. 5월 누적 판매량이 작년 같은 기간에 비해 3.4% 증가하면서 점유율도 0.4%포인트 상승했다.

/정연우 기자 ywj964@