

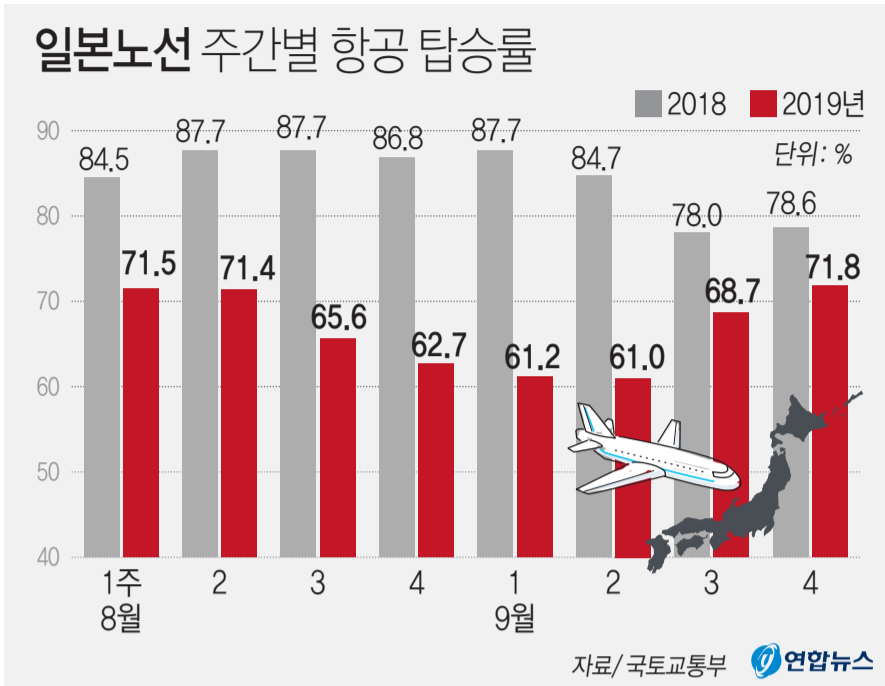
LCC, 中·동남아 시장 개척하지만... 제로섬 늪으로

〈저비용 항공사〉

대부분 LCC업체 영업이익 하락
中·동남아 수요 대비 공급과잉
또 다른 생존경쟁 야기 우려

지난 7월 이후 확대된 '일본 여행 보이콧'으로 악화일로 걷고 있는 국내 저비용 항공사들이 새로운 활로 개척에 나서고 있다. 그러나 이들이 찾는 중국·동남아 노선의 경우, 수요 대비 공급과잉으로 인해 결국 '제로섬 게임'이 되는 것 아니냐는 우려도 제기된다.

9일 국토교통부가 집계한 '일본노선 주간 항공운송 실적'에 따르면 지난달 일본 노선 여객은 135만5112명으로 지난해 같은 기간 99만1905명 대비 28.4% 감소했다. 일본 노선의 탑승률도 점차 감소하고 있는 추세다. 7월 첫째 주 78.5%를 기록했던 탑승률은 ▲8월 1주 71.5% ▲9월 1주 61.2%로 떨어졌다. 이는 각각 전년 동기 대비 ▲8월 1주



13.0%포인트 ▲9월 1주 26.5%포인트 씩 감소한 수치다. 일본 여행 보이콧 여파에 노선 운항 횟수 자체도 줄어들었

지만, 여행객들도 급감해 탑승률이 떨어진 것이다. 특히 단거리인 일본 노선에 집중했던

저비용 항공사(LCC)들은 큰 타격을 면치 못했다. 올해 상반기 대부분의 LCC 업체들은 영업이익이 하락세에 들어섰다. 저비용 항공사 중 선두를 달리던 제주항공조차 지난해 상반기 580억원이었던 영업이익이 올해 295억원으로 절반을 겨우 넘기는 실적을 기록했다. 최근 이스타항공도 일본 여행 보이콧 등에 따른 심각한 상황을 인지하고 비상경영체제에 들어갔다. 진에어는 국토교통부의 제재로 신규 취항도 불가능해 난제에 빠진 모양새다.

저비용 항공사들은 새로운 돌파구로 중국과 동남아 노선 공략에 나섰다. 업계 관계자에 따르면 제주항공은 이달 10일 하얼빈·장자제, 11월 중 베트남 푸꾸옥 노선을 취항할 계획이며 이스타항공은 이달 중국 2곳과 대만 가오슝 노선 등이 새로 취항한다.

이밖에 에어서울은 장자제·하노이·나트랑, 티웨이항공은 보라카이·타이

중·연길 등 노선을 일본 노선의 감축 대안으로서 신규 취항하고 있다. 또한 에어부산도 기존 부산-가오슝 노선을 증편해 9주회 운항하고 있다.

반면 급격한 중국·동남아 노선에의 공급 집중이 또 다른 생존 경쟁을 야기하는 것 아니냐는 우려의 목소리가 제기된다.

허희영 한국항공대 교수는 "중국과 동남아 노선이 수익이 나서라기 보다는 일본 노선이 줄어들다 보니 비행기를 운항하고 있는 것"이라며 "이미 어느 정도 수익이 나는 노선들은 취항하고 있었는데 여기에 추가로 비행기를 더 띄우는 상황"이라고 설명했다.

그는 이어 "성수기도 이제 끝나고 3, 4분기 들어가고 있다. 중국과 동남아가 커지고 있는 시장은 맞지만 너무 공급이 집중되다 보니 과연 수익을 낼 수 있을지는 모르겠다"고 덧붙였다.

/김수지 기자 sjkim2935@metroseoul.co.kr



'2019 로보월드' 개막을 경험하고 있다. 9일 경기도 고양시 일산 킨텍스에서 열린 '2019 로보월드'에서 가족 단위의 관람객들이 5G 기술을 활용한 첨단 로봇 시연을 경험하고 있다. /연합뉴스

4가 독감백신 경쟁 막 올라

GSK vs 녹십자 vs SK '시장 쟁탈전'

〈글로벌〉

〈토종〉

4가백신 비용 전액 본인부담
늦어도 12월까지 접종 권장

국내의 제약사들이 4가 독감(인플루엔자) 백신 출하가 본격화 되면서 올해 백신 경쟁의 막이 올랐다. 국내에서 3가 백신은 접종 비용을 전액 국가가 지원하지만, 4가 백신의 접종 비용은 전액 본인이 부담해야 한다. 지난 해에도 제약사들의 가격 경쟁이 치열해지며 출혈 경쟁에 대한 우려가 제기됐다. 병원마다 백신 가격이 크게 달라 혼란을 주기도 했다.

GSK는 지난 8일 4가 인플루엔자 백신 '플루아릭스 테트라(Fluarix Tetra)'의 출하를 시작한다고 밝혔다. 플루아릭스 테트라는 지난해 소아 적응증이 확대되면서 0.5ml 제형 하나로 생후 6개월 이상 영유아부터 청소년, 성인까지 전 연령대에 접종 가능한 국내 최초의 4가 독감백신이다.

GSK는 유한양행과의 파트너십을 끝내고 올해부터는 녹십자를 통해 플루아릭스 테트라를 공급할 예정이다. 플루아릭스 테트라는 지난 2016년 출시된

이래 3년 연속 국내 판매 1위를 고수하고 있을 뿐 아니라 대규모 임상을 통해 고혈압·당뇨병 등의 만성질환자가 포함된 독감 고위험군에게도 안전성을 입증한 독감백신이다.

사노피의 백신사업부 사노피 파스퇴르 역시 4가 독감백신 '박씨그리프테트라주'의 공급을 시작했다. 박씨그리프테트라주는 사노피 파스퇴르가 프랑스 내 생산시설에서 원액부터 포장까지 완료해 국내 공급하는 수입 완제품이다. 1만3000명 이상이 참여한 총 6건의 대규모 글로벌 임상(유럽, 아시아, 남미, 오세아니아 등 4개 대륙)을 통해 생후 6개월 이상 영유아 및 소아 청소년, 65세 이상 고령자를 포함한 전 연령에서 우수한 면역원성과 안전성 데이터를 확인했다.

국내사들도 경쟁에 합류했다. GC녹십자는 지난 달 4가 독감백신 '지씨플루퀴드리벨런트 프리필드시린지주'의 국내 출하를 개시했다. GC녹십자는 지난해 4가 독감백신의 영유아 투여에 대한 적응증을 획득했으며, 현재까지도 국내 제조사 중 6개월 이상의 모든 연령에서

접종이 가능한 4가 독감백신은 '지씨플루퀴드리벨런트'가 유일하다.

GC녹십자는 독감백신을 국산화한 지난 2009년 이후 줄곧 국내 최대 물량의 독감백신을 공급해왔으며, 이번 시즌에도 약 850만 도즈(850만명 분) 분량의 독감백신을 공급할 계획이다.

SK바이오사이언스 역시 지난 8월 말부터 '스카이셀플루'의 출하를 시작했다. SK바이오사이언스가 올 연말과 내년 초 국내에 공급할 독감백신은 약 500만 도즈 분량이다. 스카이셀플루는 국내 유일 세포배양 독감백신으로 최첨단 무균 배양기를 통해 생산돼 항생제나 보존제의 투여가 불필요하다.

식품의약품안전처는 올해 인플루엔자 백신 총 2467만 도즈 출하를 예상하고 있다. 국내 유통되는 4가 백신은 10개사 총 11개 제품이다.

식약처는 10월부터 독감백신 접종을 시작해 늦어도 12월까지는 접종을 마칠 것을 권장하고 있다. 독감 백신은 생후 6개월 이상 영유아부터 성인까지 접종할 수 있다.

/이세경 기자 seilee@

ISA 대물림 수단으로... 4세가 2000만원 가입

〈종합자산관리계좌〉

최근 3년 미성년자 가입 1.7만건 달해

〈3년간 은행별 20대 미만 가입자 현황〉

구분	계좌수	가입금액
신한은행	3405	1,281,181,133
하나은행	2466	1,929,082,831
우리은행	2380	2,684,602,004
기업은행	2340	845,079,575
국민은행	2229	3,384,645,635

(자료=금융위원회)

이른바 '만능통장'으로 불리는 개인종합자산관리계좌(ISA)의 미성년자가 가입이 최근 3년간 1만7000건에 달하는 것으로 나타났다. 가입액은 총 150억원에 이르렀다.

9일 성일종 자유한국당 의원이 금융감독원에서 받은 ISA 계좌 가입 내역·금액에 따르면 20세 미만 가입자는 ▲2016년 1만2810건, 65억4173만원 ▲2017년 3172건 44억1971만원 ▲2018년 1089건, 40억908만원이다.

지난 3년간 은행별 20세 미만 ISA 가입 총 계좌와 가입액을 살펴보면 2000건 이상 가입한 은행의 경우 ▲신한은행 3405건, 12억8118만원 ▲KEB하나은행 2466건, 19억2908만원 ▲우리은행 2380건, 26억8460만원 ▲IBK기업은행 2340건, 8억4507만원 ▲KB국민은행 2229건, 33억8464만원이다. 특히 지난 2016년에는 4세 어린이가 하나은행에 2000만원, 5세 어린이가 국민은행에 2000만원을 가입한 사례도

있었다.

성 의원은 "ISA에 가입한 미성년자는 사업소속자인 것으로 추정된다"며 "미성년자가 부동산 임대업 등 사업소속자인 경우가 있는데, 이들의 부모가 상속세 등 탈루 목적으로 가입한 것은 아닌지 의문이 제기된다"고 말했다.

성 의원은 이어 "세제 혜택으로 국민의 자산형성을 돕기 위해 도입한 ISA가 미성년자에게 구분별하게 개설돼 부모의 대물림 수단으로 악용될 우려가 있다"고 덧붙였다.

/석대성 기자 bigstar@

온누리 상품권, 전통상인 아닌 기업손으로

전통시장내 위치해 가맹점 등록

전통시장을 살리기 위해 만든 온누리 상품권이 대기업 프랜차이즈와 기업형 식자재마트의 배까지 불리고 있다는 지적이다.

전통시장내에 있다는 이유만으로 이들이 버젓이 온누리상품권 가맹점으로 등록, 상인들에게 돌아가야 할 온누리상품권을 빼앗기고 있는 것이다.

이에 따라 대기업 프랜차이즈나 기업형 식자재마트 등은 온누리상품권을 받

을 수 없도록 제한업종으로 지정해야 한다는 지적이 나오고 있다.

국회 산업통상자원중소벤처기업위원회 소속 김성환 의원(서울 노원병)이 소상공인시장진흥공단으로부터 온누리상품권 식자재마트 명단 및 하모니마트 상품권 회수현황을 받아 분석, 9일 내놓은 자료에 따르면 올해 1월부터 8월 사이 식자재마트에서 13억3000만원 가량의 온누리상품권이 사용된 것으로 나타났다.

또 롯데가 2012년 자회사로 편입한



온누리상품권 이미지.

CS유통의 하모니마트에서도 9000만원 정도의 온누리상품권이 회수됐다.

상품권이 쓰인 하모니마트는 일반상가가 아닌 모두 전통시장에 있는 점포였다.

/김승훈 기자 bada@