

5G 점유율 10% 눈앞 품질·요금제는 ‘글썩’

5세대(5G) 이동통신 상용화 1년여만에 SK텔레콤이 첫 300만 가입자를 달성할 것으로 보인다. KT 5G 가입자는 200만명, LG유플러스는 170만명을 넘어설 것으로 예상된다. 이 같은 추산에 따르면 5G 상용화 1년여 만에 가입자 600만명을 돌파한 셈이다.

9일 과학기술정보통신부에 따르면 4월 말 기준 SK텔레콤의 5G 가입자는 전월보다 20만3381명(7.7%) 증가해 285만923명을 기록했다.

최근의 증가 추이를 보면 5월 말 가입자는 307만명에 달할 것이라는 것이 업계의 추산이다. 특히 5월 초에는 이동통신사들이 삼성전자의 5G 스마트폰 ‘갤럭시S20’에 대한 마케팅 지원을 확대해 증가폭이 더욱 클 것이라는 예측도 나온다.

상용화 1년... SKT 300만 가입 일 평균 5G 접속시간 15% 불과 기지국 부족 등 품질논란 여전

이 같은 전망치를 합하면 국내 5월 말 전체 5G 가입자는 600만~700만명에 달할 것으로 보인다. 이 경우에는 전체 이동통신 가입자 대비 5G 가입자 비중은 처음으로 10%에 진입하게 된다. 4월 말 기준으로 5G 가입자 비중은 전체의 9.1%를 기록했다.

이는 2011년 상용화한 통텃이불루선(LTE)이 1년 만에 10% 점유율을 기록한 것과 비교할 때 2개월 가량 더 걸린 셈이다.

아직까지 5G 품질에 대한 논란도 이어지고 있다. 실제로, 통신분쟁조정위가 접수한 5G 품질 관련 조정 신청은 올해 1월 12건에서 4개월 만에 5배 가까이 늘어났다.

5G 네트워크는 LTE나 와이파이보다 높은 주파수 대역을 사용해 더 많은 정보를 전달할 수 있지만, 전파 도달거



서울 강남구 SME타운 ‘케이팝 스퀘어’ 외벽에 설치된 디지털 사인지에 5G 단말기 광고가 나오고 있다. /연합뉴스

리가 짧아 기지국이 4G 보다 더 많이 필요하다. 하지만 아직까지 5G 기지국 수는 설비투자가 예정보다 지체되면서 5월 기준으로 11만5000여개국에 머물러 LTE 기지국의 13% 수준에 불과하다.

영국 무선통신서비스 시장조사기관인 오픈시그널이 올해 1~4월 조사한 결과에 따르면, 한국의 이동통신 3사 이용자들의 평균 5G 접속시간은 하루 24시간 중 3.4시간가량(약 15%)에 불과한 것으로 나타났다.

이동통신사들은 연내 5G 인빌딩 서비스를 고도화하고, 28기가헤르츠(㎐) 상용화에도 나설 계획이다.

스마트폰 단말 또한 100만원대에 육박하는 프리미엄 스마트폰에서 50만~60만원대의 중저가 단말들도 출시되면서 5G 가입자를 유인할 수 있는 요인이 될 것으로 보인다.

요금인가제 폐지로 5G 통신요금 인하 효과를 가져올 수 있을지도 관심이 다. 지난달 국회에서 요금인가제 폐지와 유보신고제 신설을 담은 ‘전기통신사업법 일부 개정법률안’이 가결됐다.

통신 업계에서는 기업들이 요금 결정권을 갖게 되면 규제가 완화되고 자율 요금 경쟁시대로 진입할 것이라는 기대감도 일고 있다. /김나인 기자 silkni@

팅크웨어, 현대차그룹 1차 협력사로 선정

“시너지 효과 기대... B2B진출 물꼬”

팅크웨어가 현대차 1차 협력사가 됐다. 티크웨어는 현대자동차그룹 품질 운영시스템 평가제도를 통과하며 1차 협력사로 선정됐다고 9일 밝혔다.

팅크웨어는 이번 현대차그룹 1차 협력사 등록을 계기로 강점을 갖고 있는 블랙박스 및 자동차 관련 제품, 기술을 활용해 다양한 분야에서의 협업 가능한 배경을 만든 동시에 장기적 협력을 통한 제품 및 기술 개발 시너지를 이룰 수 있을 것으로 기대하고 있다.

팅크웨어는 20여 년간 자동차 애프터마켓 시장에서 ‘아이니비’ 브랜드를 기반으로 갖춰 온 업계 최고 수준의 제품 품질과 온·오프라인 유통망, 브랜드 인지도 등 강점을 바탕으로 B2B 시장에 본격 진출하게 됐다. 이를 위해 회사

는 주요 완성차사에 전문적으로 대응하기 위한 조직인 ‘전장사업본부’를 2018년부터 신설해 운영하고 있다. 현재 포드 미국 본사의 공식 블랙박스 공급업체 선정을 비롯해 르노삼성, GM, 폭스바겐, 볼보, 중국 완성차 등 다수의 전장사업을 기반으로 한 B2B 레퍼런스를 구축하기도 했다.

아울러 B2B 시장에서의 제품 개발·생산 프로세스를 도입하기 위한 체질 변화 활동도 지속적으로 진행하고 있다. 충주시 메가폴리스 산업단지 내에 1만평 규모의 생산공장을 2017년 하반기 준공해 연간 200만대 규모의 제품을 생산할 수 있는 자동화 공장을 구축한 것과 함께 티팅, 차량용 공기청정기, 전동 키보드 등 서버 브랜드를 통한 자동차 관련 제품 균을 확대하며 사업 다각화도 이루고 있다. /김승호 기자

울산·부산·광주에 부는 운송료 인상 바람 수도권 압박에 레미콘업계 ‘노심초사’

부산·경남 민주노총 내세워 운임 ↑
광주선 한국노총 일일파업으로 압박
레미콘업계 “양대 노총 바그너싸움
가뜩이나 어려운데 피해만 더 커져”

레미콘 업계가 남쪽에서 불고 있는 운송료 인상 태풍이 수도권 중심까지 강타하지 않을까 노심초사하고 있다.

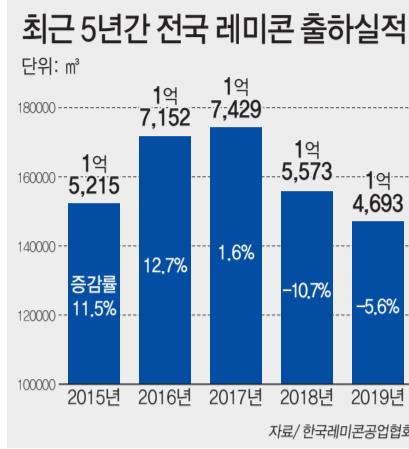
주택 등 전방산업 위축으로 출하량이 줄어들어 가뜩이나 업계 전체가 어려움을 겪고 있는 와중에 코로나19까지 겹쳐 각종 공사가 지연되고, 여기에 울산에 이어 부산·경남을 거친 운송료 인상 여파가 광주지역으로 번지는 악재가 이어지고 있기 때문이다.

특히 공장별로 진행해오던 레미콘 운송료 협상에 한국노동조합총연맹(한국노총)과 전국민주노동조합총연맹(민주노총)이 가세해 조직적인 움직임으로 바뀌면서 공장이 집중, 시장 물량의 40% 가량을 차지하는 수도권도 안심할 수 없는 상황이다.

9일 관련업계에 따르면 운송료 등을 놓고 수도권에 있는 일부 레미콘사에 대해 미서트럭 운송차주들의 집회신고가 접수된 것으로 알려졌다. 일부 회사의 경우 관련 집회에 대응하기 위해 공권력을 요청해 놓은 것으로 전해졌다.

울산→부산·경남→광주로 이어지고 있는 운송료 압박 움직임이 벌써부터 수도권에서도 감지되고 있는 모습이다. 현재 수도권의 레미콘 운송료는 1회당 4만5000~4만6000원 정도다.

앞서 지난달 운송료 등을 놓고 레미



콘 운송차주들이 2주간 파업에 들어갔던 부산경남지역의 경우 1회 운반비 5만원으로 인상, 매월 각사가 지입차주 복지기금으로 20만~50만원 지원 등의 내용이 담긴 합의안으로 협상이 타결된 바 있다.

부산권의 미서트럭 회당 운반비는 도심이 4만1000원, 운반거리가 좀더 긴 외곽은 4만8000원이었다. 운송차주들을 대신해 협상을 벌였던 민주노총은 울산에 이어 부산경남권에서도 요금을 인상하는 결과를 도출했다.

이달 들어선 한국노총 소속의 전국 레미콘운송총연합회가 광주지역에서 역시 운송료를 놓고 1일 하루 파업 등으로 관련 회사들을 압박하고 나섰다. 이들은 운송료 15% 인상을 주장하고 있다. 협상이 막바지로 치닫고 있는 광주의 경우 두자리수 인상이 유력한 것으로 전해지고 있다.

업계에 따르면 레미콘 운송차주들의 양대 노총 가입비중은 한국노총이 80%, 민주노총이 20% 정도로 알려져있다.

한 레미콘회사 대표는 “민주노총은 울산과 부산경남에서 운송료 인상한 것을 성과로 세를 불리고 있고, 한국노총은 또 광주지역에서 운송료 인상을 주장하고 있는 등 양대 노총의 세력 다툼으로 인해 가뜩이나 경영이 어려운 상황에서 레미콘 회사들만 피해를 입고 있는 실정”이라고 토로했다.

한국레미콘공업협회에 따르면 2017년 당시 연간 1억7429m³이었던 레미콘 출하량은 2018년엔 1억5573m³까지 떨어졌고, 지난해(잠정)에는 1억4693m³까지 하락한 것으로 나타났다. 올해 출하량은 지난해보다 더욱 떨어질 것으로 추산하고 있다.

주택경기 침체 등으로 관련 산업이 가뜩이나 어려운 상황에서 노조를 앞세워 운송료 인상을 주장하고 있는 지입차주들이 회사들은 마뜩잖은 것이다.

게다가 대법원이 지난 2006년 당시 레미콘 지입차주에 대해 ‘근로자가 아니다’라는 판결을 내렸음에도 불구하고 현실에선 이들을 ‘노동자’로 간주해 사측을 압박하는 것도 모양새가 맞지 않다는 게 레미콘업계의 판단이다.

상황이 이처럼 급박하게 돌아가고 있는 가운데 지난 8일 중소기업중앙회가 더불어민주당 일자리·고용 태스크포스(TF)를 맡고 있는 정태호 단장과 의원들을 초청해 마련한 간담회 자리에서도 ‘레미콘업계 파업 등 노조관련 애로 해소’를 요구하는 목소리가 나오기도 했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

CJ그룹, 대학생 온라인 직무 멘토링 ‘성료’ 현대건설기계 30톤급 굴삭기 신모델 출시

‘랜선 잡담’ 250여 명 학생 참가

CJ가 어려운 환경에서도 꿈을 키워가는 청년들을 응원하기 위한 온라인 직무 멘토링에 나섰다.

CJ그룹은 지난 4~5일 서울시 중구 CJ인재원에서 대학생 온라인 직무 멘토링 프로그램 ‘랜선 잡담’을 개최했다고 9일 밝혔다. 이 행사에는 계열사 임직원 50여명이 참여했으며 ‘거리두기’ 차원에서 소규모 회의실에 ‘1인 1실’ 원칙으로 진행됐다. ‘랜선 잡담’이란 ‘직무’란 뜻의 영어단어 ‘Job(잡)’과 ‘대화’를 의미하는 한자 ‘談(담)’을 합성한 말로, 온라인 채널을 통해 직무에 대해 자유롭게 다양한 이야기를 나누는 자리를 일컫는다.

이번 멘토링은 CJ그룹이 2018년부터 연 2회 이상 임직원 재능나눔 봉사활동 차원에서 진행하던 직무 멘토링의 연장선상으로, 더 많은 청년에게 기회를 주고자 서울시자원봉사센터(센터장 김의옥)와 공동 추진했다는 점에서 의미가 크다.

프로그램은 서울시자원봉사센터의 서울동행대학생봉사단과 CJ도너스캠프 대학생봉사단 소속 총 250여 명 학생들이 각자의 거주지에서 화상 앱에 접속하는 방식으로 진행됐다. CJ 임직원들은 한 명당 3~7명의 대학생을 컴퓨터 화면으로 만나 자신의 직무를 소



CJ그룹 랜선잡담.

개하고 경험담을 나눴다.

CJ제일제당의 ‘Trend Strategy Lab.팀’, CJ올리브네트웍스의 ‘AI파트’, CJ ENM의 ‘영화 해외기획제작팀’ 등 달라진 시대상을 반영한 새로운 직군들이 대학생들의 높은 관심을 받았다. ‘영업’ ‘인사’ ‘사회공헌’ 등 오프라인 기반의 전통적 업무로 분류되는 직군에서도 뉴 노멀 시대 직무의 변화를 주제로 토론하는 등 활발한 소통을 이어갔다.

멘토링에 참여한 대학생 한여진 씨(23)는 “직무 내용뿐 아니라 산업, 뉴 노멀시대 커리어 비전 등 다양한 질문에 대해 구체적인 이야기를 들을 수 있어 좋았다”며 “요즘 대면만남이 어려워 취업 스테디, 멘토링 등도 줄었는데 온라인으로 진행돼 안전하고 유익했던 것 같다”는 소감을 전했다.

/조효정 기자 princess@

현대건설기계 30톤급 굴삭기 신모델 출시

현대중공업그룹 계열사인 현대건설기계가 연비와 안전성을 대폭 개선한 30톤급 굴삭기 신모델(모델명: HX300A·사진)을 출시했다.

9일 현대건설기계에 따르면 이번에 출시한 굴삭기는 국내에서 가장 많이 판매되는 모델 가운데 하나로, 현대건설기계가 5년 만에 새롭게 내놓은 차세대 굴삭기 라인업 ‘A시리즈’의 대표 제품이다. 이 굴삭기는 강화된 유럽 배기 가스 규제를 만족시키는 친환경 엔진이 탑재되고, 연비가 최대 15%까지 향상된 것이 특징이다.

특히 장비가 전복되는 경우나 낙하물로부터 운전자를 보호하기 위해 ISO(국제표준화기구)의 국제안전기준(ROPS/FOPS)을 충족하는 고강력강판을 적용하는 한편, 굴삭기의 상하부 프레임 강도를 높여 안전성을 크게 향상시켰다. 또 엔진 고장을 자동으로 진단하는 엔진원격진단시스템(ECD)과 장비 주변의 사람들을 감지하고 영상을 분석하여 위험 요인을 알려주는 카메라시스템(AAVM)을 적용했다. /양영운 기자 ysm@

