

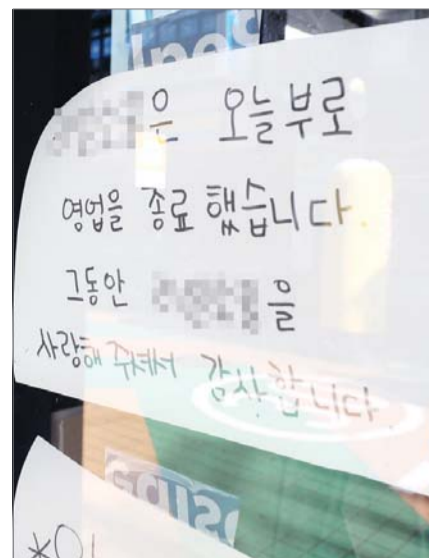
# 폐업 늘고 '나홀로 사장님' 증가... 벼랑 끝 외식업계

지난달 음식점업 취업률 6% 감소  
고용원 없는 자영업자 4.8만명 ↑  
7·8월 임시·상용 근로자 수 하락

〈2020년 8월 고용동향〉

(단위: 천명, %, %p, 전년동월대비)

취업자	2019. 8			2020. 7			2020. 8		
	취업자	증감	증감률	취업자	증감	증감률	취업자	증감	증감률
취업자	27,358	452	1.7	27,106	-277	-1.0	27,085	-274	-1.0
도소매·숙박·음식점업	5,964	51	0.9	5,683	-352	-5.8	5,619	-345	-5.8
전기통신·통신금융	3,134	-45	-1.4	3,167	27	0.8	3,159	25	0.8
사업개입·공공서비스 등	10,262	392	4.0	10,320	91	0.9	10,369	107	1.0
상용근로자	14,288	493	3.6	14,528	346	2.4	14,570	282	2.0
임시근로자	4,857	-2	0.0	4,523	-395	-8.0	4,539	-318	-6.5
일용근로자	1,415	24	1.7	1,419	-44	-3.0	1,337	-78	-5.5
고용원 있는 자영업자	1,535	-116	-7.0	1,345	-175	-11.5	1,363	-172	-11.2
고용원 없는 자영업자	4,127	97	2.4	4,203	47	1.1	4,193	66	1.6
무급가족종사자	1,138	-43	-3.7	1,089	-57	-5.0	1,083	-54	-4.8



영업 종료 안내문 붙은 음식점. /연합뉴스

수많은 음식점이 문을 닫거나 경영난으로 함께하던 직원들을 내보내면서 외식업계의 시름도 깊어지고 있다.

통계청이 지난 9일 발표한 '2020년 8월 고용동향'에 따르면, 8월 도소매·숙박·음식점업의 15~64세 취업률은 전년도 같은달에 비해 약 6% 떨어졌다. 이러한 수치는 지난 7월에도 마찬가지였다.

고용원이 있는 자영업자의 경우에는 전년 동월 대비 11%가량인 17만5000명 줄어 들었다. 고용원 없는 자영업자는 반면 소폭(2%, 4만8000명) 상승하며 기존의 직원들과 차별하고 홀로 일하는 사장님 늘어나는 것으로 보인다. 임시근로자와 상용 근로자도 전년 동기 대비 7월과 8월 모두 동반 하락했다.

또한 공정거래위원회의 가맹사업거래 자료를 보면, 6월 기준 67개의 가맹본부 가맹사업을 포기했다. 작년 6월 57개 대비 17.5% 증가한 수치로, 67개 가맹본부 중 75%인 50곳은 외식업으로 나타났다.

이 같은 통계는 코로나19 확장세가 장기화하고 정부의 사회적 거리두기 지침이 강화됨에 따라 외식업계의 경기가 안 좋아진 영향이 반영됐다. 농림축산식품부가 발표한 '외식산업경기전망지수'는 2019년 2분기 70.67에서 올해 2분기 64.11로 전망이 밝지 못했다. 해당 지수는 50~150까지이며 기준치는 100이고 100초과는 성장을, 100미만은 위축을 의미한다. 한식·외국식 음식점업과 주점업, 출장음식 서비스업 등이 모두 포함된 조사 결과다. 감염병에 대한 우려와 비대면 서비스 추구

로 인해 가장 크게 타격을 받고 있는 곳이 바로 외식업인 것이다. 코로나19로 매출 손실을 입은 업체들 상당수는 대출에 매달리고 있는 상황이다. 한국은행은 2일 '2020년 2분기 예금취급기관 산업별대출금'을 통해 4~6월 서비스업 대출금의 증가폭을 47조2000억원(1분기 대비)이라고 밝혔다. 도·소매, 숙박 및 음식점업은 18조8000억원으로 증가해 역대 최대 폭을 기록했다. 한국외식업중앙회 한 관계자는 "얼마 전에 대출을 받았지만 상황이 다시

어려워졌다"며 "그렇지만 또 대출을 받는다는 것은 말이 안 된다"고 속상함을 내비쳤다. 그는 현재 대출금으로 사업을 유지하고 생활비를 쓰고 있지만 "소상공인 대출, 중소기업 대출로만 자구책이 집중되는 것은 근본적인 해결방안이 아니다"고 입장을 밝혔다. 한편 정부의 2차 재난지원금 지급을 앞두고, 지원금이 일부 고위험 업종에 우선적으로 일괄 지급될 가능성이 높아지자 외식업계의 목소리가 커진 바 있다. 외식업중앙회는 앞서 8일 입장문을

내고 "외식업을 피해업종에 명기하고 영업시간 제한으로 인한 외식업소의 피해 보전대책을 즉각 시행하라"고 주장했다. 외식업중앙회는 "자영업자들이 사회적 거리두기 2.5단계 일주일 연장 조치에 절체절명의 상황에 놓여 있다"면서 "대다수 영세 외식업소는 매출이 80% 이상 줄어 폐업 직전에 내몰리고 있다"고 말했다. 그러면서 ▲임차료 및 인건비 지원 ▲세금 감면 ▲선별적 긴급재난금 현금지원 조속 지급 등을 요구했다. /원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

## 볼보, 국내시장 상승세에 공격적 투자 확대

XC라인지·프리미엄세단 흥행 가도  
S90, 사전계약 두 달 만에 3200대  
고객 편의 위한 서비스센터 확보



이만식 볼보코리아 세일즈&마케팅 부문 전무가 9일 인천 네스트 호텔에서 열린 신형 S90 미디어 시승행사 겸 차량 출시 기념 간담회를 차럼에 대해 소개하고 있다. /양성운 기자

볼보자동차코리아가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 악재에도 국내에서 폭풍 성장을 이어가고 있다.

볼보코리아의 성장 배경에는 스포츠 유틸리티차(SUV) 라인업인 XC라인지(XC40·60·90)의 흥행과 프리미엄 세단 라인업인 중형 S60과 대형 S90의 성장이다. 특히 볼보코리아는 이 같은 흥행 상승세를 이어가기 위해 한국 소비자들의 서비스 품질 향상을 위한 대대적인 투자도 진행하고 있다.

◆신형 S90 사전계약 신기록...1만 2000대 판매 '맑음'

볼보코리아가 출시하는 신차마다 대박행진을 이어가면서 올해 초 전년 보다 15% 증가한 1만2000대를 팔겠다는 목표 달성도 무난할 것으로 보인다. 특히 볼보코리아가 내연기관 대신 친환경 하이브리드 파워트레인을 전면 배치한 신형 S90은 사전계약 두 달만에 3200대를 넘어서며 E세그먼트 시장에서 돌풍을 일으키고 있다.

신형 S90은 지난 2016년 처음 출시된 이후 4년 만에 새롭게 선보이는 부분변경(페이스리프트) 모델이다. 신형 S90은 정교해진 디자인, 동급 최고의 차체 크기, 넓어진 실내 공간 및 혁신 기술, 친환경 파워트레인 등의 변화를 통해 플래그십 세단에 더욱 최적화된 상품성을 갖췄다.

이만식 볼보코리아 세일즈·마케팅 총괄 전무는 9일 인천 네스트호텔에서 열

린 신형 S90 시승회에서 "지난 7월 중순부터 진행된 사전계약에서 신형 S90은 3200대라는 예측하지 못했던 높은 성과를 기록했다"며 "현재 판매 추세라면 올해 회사 판매 목표인 1만2000대 달성도 무난할 것으로 기대한다"고 말했다. 또 이 전무는 E세그먼트 경쟁 모델로 메르세데스-벤츠 E클래스, BMW 5시리즈, 아우디 A6, 국내 브랜드는 제네시스 G80을 지목했다. 신형 S90은 먼저 경쟁 동급 차 대비 우월한 실내공간을 갖췄다. 전장은 5090mm로 이전 모델 대비 125mm 증가했으며, 휠베이는 120mm 늘어 압도적인 위엄과 여유 있는 실내 공간을 제공한다. 신형 S90의 가장 큰 장점은 한층 넓어진 2열 좌석에서 나온다는 것이 볼보차의 설명이다. 메르세데스-벤츠 E클래스, BMW 5시리즈를 넘어서는 동급 최대 크기다. 신형 S90 가격은 B5 모멘텀 6030만원, B5 인스크립션 6690만원, T8 AWD 인스크립션 8540만원이다. 커진 차체에

파워트레인 변경, 다양한 편의장비 추가에도 주력 트림 B5 인스크립션 가격 인상 폭은 기존 T5 인스크립션 대비 100만원으로 최소화했다. ◆경쟁 브랜드와 차별성 '프리미엄 품격' 볼보코리아는 메르세데스-벤츠, BMW 등 경쟁 브랜드와 차별성을 갖기 위해 고객 서비스 품질 향상 등 한국 시장에 대한 대대적인 투자도 준비하고 있다. 볼보코리아는 코로나19에도 불구하고 자동차 수요가 줄지 않고 꾸준히 성장하고 있다. 실제 볼보코리아는 국내 시장에서 ▲2016년 5206대 ▲2017년 6604대 ▲2018년 8524대 ▲2019년 1만 570대 ▲2020년 8월까지 7929대(연말까지 1만2000대 예상) 등 판매 상승세를 이어가고 있다. 이에 따라 볼보코리아는 고객 불편을 최소화하고 프리미엄 브랜드의 품격을 전달하기 위해 서비스센터 확보에 집중할 방침이다. /양성운 기자 ysw@

## 유진로봇, 상반기 67억 영업손실 솔루션 시장 진출로 '반등 준비'

"신규 사업 투자 발생 비용"  
자율주행 기술 핵심 부품 출시  
생산 단계 진입 속도별 예정  
로봇 솔루션으로 경쟁력 확보



로봇청소기 시장을 개척해 온 로봇 전문기업 유진로봇이 연이은 매출 하락을 보이고 있다. 이런 가운데 유진로봇은 다른 업체에 컨트roller, 센서 등을 납품하는 형태의 솔루션 사업 시장 진출에 박차를 가하는 한편, 하반기에는 신제품 출시까지 준비하고 있어 유진로봇이 영업 부진을 극복할 수 있을지 관심이 모인다.

10일 금융감독원 전자공시에 따르면 유진로봇은 2020년 상반기 67억원의 영업손실을 기록했다. 2019년 상반기 52억원의 영업손실과 비교하면 28% 영업손실 폭이 확대된 것이다. 2020년 상반기 당기순손실도 70억원으로 2019년 상반기 당기순손실 48억원과 비교하면 45% 증가했다. 지속적인 영업손실과 관련해 유진로봇 관계자는 "지난 2018년부터 로봇 부품 등을 납품하는 솔루션 사업 시장 진출로 사업 방향을 전환하면서 사업 모델 개선 및 신규 사업에 따른 투자 발생으로 비용이 많이 들어갔다"고 설명했다. 이어 "글로벌 기업들과 협력이 시작됐지만, 수익 발생에는 시간이 소요된다"고 덧붙였다. 솔루션 사업을 위해 유진로봇은 자율주행 기술에 핵심인 주요 로봇 부품

들을 새롭게 출시하고, 생산 단계 진입에 속도를 낼 예정이다. 이미 지난 8월 로봇이 시각적인 부분을 담당해 시각 정보를 로봇에게 입체적 혹은 평면적으로 제공하는 2D 라이더(LiDAR)와 3D 라이더를 출시한데 이어 오는 11월 제공된 시각 정보에 따라 로봇이 장애물 및 본인의 위치를 파악하는 데 도움을 주는 부품 AMS-SLAM를 출시할 예정이다. 유진로봇 관계자는 솔루션 시장 진출 배경에 대해 "이동장비 및 이송장비는 다양한 형태로 존재하지만, 제품의 기술 차별화가 크지 않아 중국기업과의 가격 경쟁에서 차별화 전략이 필요한 상황"이라며 "장비 스스로 움직일 수 있도록 기술을 탑재할 수 있는 로봇 솔루션을 제공한다면 경쟁력을 갖출 수 있다고 판단했다"고 설명했다. 이처럼 유진로봇은 솔루션 시장 진출로 사업 방향을 전환하긴 했지만, 기존 로봇청소기 사업도 이어간다. 유진로봇은 지난 9월 카카오프렌즈 라이언 캐릭터를 활용한 '아이클레보' 라이언 로봇청소기를 기존 와디즈 플랫폼을 통해 공개했다. 이어 오는 10월 온라인 종합몰, 자사몰 등 전 채널에 오픈한다. /백지연 기자 wkldus0248@