

# 가맹점선 쓰고, 마트서는 못쓴다?... 지역화폐 ‘역차별 논란’

〈대기업〉

삼성 디지털프라자, LG베스트샵 등 개인사업자에 지역화폐 가입 자격 소상공인 입점한 ‘지역마트’ ‘연매출 10억’ 이상에 자격 안줘 일부 대기업 가맹점 편법이용 “업체 다시 조사... 가맹여부 결정”



경기지역화폐 가맹점 소개.

/경기도

지역화폐가 역차별을 야기한다는 논란이 여전히 이어지고 있다. 일부 지역에서 매출이 크다는 이유로 지역 마트에도 자격을 주지 않는 반면, 대기업 가맹점에는 혜택을 주고 있기 때문. 일부 가맹점은 부당하게 지역 화폐 혜택을 받고 있다는 의혹까지 제기된다.

19일 업계에 따르면 전국 대부분 지자체는 대기업 매장이라도 직영점이 아닌 개인 사업자가 운영하는 가맹점의 경우 지역 화폐 가입 자격을 주고 있다. 편의점과 프랜차이즈 매장이 대표적, 삼성전자 디지털 프라자와 LG베스트샵 등 대기업 가맹점도 있다. 지역 화폐는 지방자치단체들이 지역

사랑상품권법에 따라 시행 중인 지역 경제 활성화와 소상공인 지원 정책 중 하나다. 원칙적으로 지역 중소기업, 소상공인을 가맹점으로 하며, 10% 안팎의 혜택을 지원하고 재난지원금도 사용할 수 있어 지역 소비 활성화에 기여한다. 지자체에서는 대기업 가맹점들도 개인 사업자라 지역 화폐 가맹을 허용했다는 입장이다. 지역 화폐가 지역 경제 활성화를 위해 만들어진 만큼 대기업

가맹점이라도 개인사업자이기 때문에 운영 취지에 부합한다는 판단이다. 문제는 형평성이다. 일부 지자체에서 소상공인이 입점하는 하나로마트와 지역 마트를 매출이 높다는 이유로 지역 화폐 가맹점에서 제외하고 있는 것. 특히 경기도 지자체 대부분은 연매출 10억원 이하만 가맹 자격을 부여해 지역 마트들이 대기업과 정면 승부를 할 수 밖에 없는 상황이다. 가맹점에서도 상대적으로 규모가

작은 전자랜드가 가맹점을 운영하지 않아 지역 화폐 혜택을 전혀 받지 못하고 대기업 가맹점과 경쟁하고 있다. 가전 제품을 취급하는 하나로마트와 지역 마트 일부도 마찬가지다. 전자랜드는 지난해 매출 8500억원 수준으로, 삼성디지털프라자를 운영하는 삼성전자판매(3조2972억원)에 크게 못 미친다. 다른 가전 유통 업체인 롯데하이마트는 모든 매장을 직영점으로 운영하고 있으며, 지난해 지역 화폐에 가맹점이 됐다가 문제를 인식하고 탈퇴한 바 있다. 한국마트협회는 “경기도 소비자들이 먼저 지역 마트에서 지역 화폐를 사용하게 해달라며 협회에 불만을 제기하고 있다”며 “지자체가 지역 경제 활성화를 취지에 맞게 기준을 완화해야 한다”고 주장했다. 일각에서는 일부 대기업 가전 유통 가맹점이 매출 축소 등 편법을 사용해 지역 화폐에 가입한 것 아니냐는 의혹도 제기하고 있다. 단가가 높은 가전 제품 특성상 연매출 10억원 이하를 유지하기 어렵다는 것. 한 업계 관계자는 “대기업 가맹점도

직영점과 똑같이 운영되는 만큼, 지역 화폐 혜택을 받지 못하는 다른 업체나 지역 매장 등 입장에서는 불만이 있을 수 있다”며 “가전 매장 특성상 단가가 높아서 연매출 10억원을 넘지 않기도 어려운 게 사실”이라고 말했다. 지자체도 이같은 상황을 알고 있었다. 한 지자체 관계자는 “가맹을 신청하는 업체들이 너무 많아서 일부 부적절한 업체를 확인하지 못했을 수 있고, 일부는 개업한지 1년이 지나지 않아 지역 화폐 가맹점이 될 수 있었던 것으로 추정된다”며 “조만간 갱신 시기가 다가오는데, 업체들을 다시 조사해서 기준에 따라 다시 가맹 여부를 결정할 것”이라고 설명했다. 한국마트협회 경기도지부는 지역화폐 가맹 기준 완화를 요구하며 지자체를 상대로 민원과 연명서 등 활동을 이어간다는 방침이다. 소상공인연합회 관계자는 “지역화폐 사용처가 많아져야 지역화폐가 활성화한다는 측면에는 동의한다”면서도 “지역화폐의 원래 취지대로 돌아갈 필요가 있다”고 주장했다. /김재용·한창대 기자 juk@metroseoul.co.kr

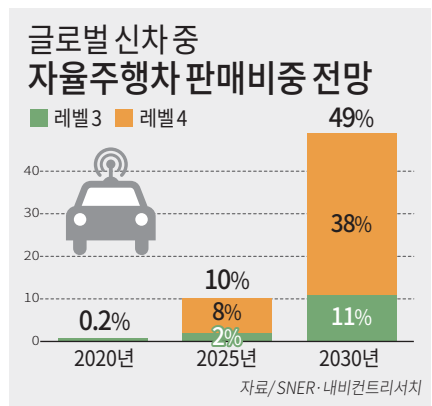
## 삼성중, 9.5MW급 해상 풍력부유체 개발

노르웨이 DNV서 기본설계 인증 삼성중공업이 대형 해상 풍력 부유체 독자 모델 개발을 개발하고 신재생 에너지 시장 공략에 나선다. 특히 제작부터 운송, 설치 등 공사 기간을 획기적으로 단축해 국내는 물론 해외시장까지 판매 강화에 나선다. 삼성중공업은 9.5MW급 대형 해상 풍력 부유체 모델을 개발하고, 노르웨이 선급인 DNV로부터 기본설계 인증을 획득했다고 19일 밝혔다. 이번에 인증 받은 해상 풍력 부유체는

해상에서 풍력발전기를 지지하는 철구조물인 ‘폰툰’을 얹은 콤팩트한 디자인으로 제작부터 운송·설치까지 공사기간을 획기적으로 단축할 수 있는 것이 특징이다. 또 40여년간의 우리나라 동해상에 부는 바람의 세기, 조류, 수심 데이터를 분석해 극한의 해상 환경에서도 안정성이 확보되도록 최적 설계됐다는 설명이다. 삼성중공업은 이 같은 강점을 활용해 정부가 6GW 규모의 전력생산을 목표로 추진 중인 ‘동해 부유식 해상 풍력발전’ 프로젝트부터 적극 공략할 계획이다. /양성운 기자 ysw@

## “국내 車 업계, 미래차 인적자원 육성 시급”

한국자동차연구원 ‘산업동향보고서’ 전기차 국산화율 68%, 수소차 71% 자율주행 소프트웨어는 38% 불과 “기존 내연기관 인력 직무전환 등 포용적 인적자원 정책 추진해야” 글로벌 자동차 산업이 패러다임 전환으로 친환경차와 자율주행차 등 미래차 중심으로 전환되고 있지만 국내 자동차 업계는 미래차 전환에 대한 핵심 인력 부족 현상을 겪고 있는 것으로 나타났다. 한국자동차연구원은 19일 발간한 산업동향 보고서에서 “국내 자동차부품업계는 내연기관 중심의 사업구조로 미래차 전환 대응역량이 상대적으로 취약하다”며 “미래차 산업 전환 과정의 핵심과제인 인력수급·양성 문제 해결을 위해 인공지능(AI)·소프트웨어(SW) 등 미래차 분야 신규 인력 양성, 기존 내연기관 인력의 미래차 직무전환 등 포용적 인적자원 정책이 필요하다”고 제언했다. 연구원에 따르면 범세계적 기후변화 문제 대응을 위한 친환경차 시장 확대와 자율주행 기술 고도화라는 양축을 중심으로 자동차 산업이 빠르게 진화하고 있다. SNER·내비컨트리서치에 따르면 친환경차 시장은 2030년까지 신차판매의 20~30%(약 5770만대) 규모로, 자율주행차 시장은 2030년까지 신차판매의 49%(레벨 3 이상)를 차지할 전망이다. 자동차산업 핵심 부가가치 창출영역 역시 기존 내연기관의 ‘엔진·구동장치’에서 ‘전장부품·이차전지·SW·서비스·데이터’ 중심으로 빠르게 변화하고 있다. 생산비용 기준 전장부품 비중은



2019년 16%에서 2025년 35%로 성장할 전망이다. 하지만 국산화율이 99%에 이르는 내연기관 부품산업과는 달리, 미래차 부품 산업은 국산화율·기술수준이 부족하고 관련 공급망이 부족한 상태다. 전기차 국산화율은 68%, 수소차는 71%, 자율주행 SW는 38%, 하드웨어(HW)는 85%에 불과하다. 기술수준 역시 전기차는 90%, 자율주행은 80~90% 수준이다. 연구원은 “자동차 부품업계의 성공적 미래차 사업 전환을 지원하기 위해 미래차 인적자원 육성 이 시급하다”며 “대부분의 기업이 미래차 대응 필요성과 성장성을 인식하고 있음에도 미래차 연구·개발에 적극적으로 착수하지 못하는 주요 원인 중 하나는 전문인력 부족”이라고 강조했다. 2028년까지 필요한 미래차 산업기술 인력 수요는 연평균 5.8% 증가해 8만 9069명에 이를 것으로 예상되지만 국내는 아직 기계·조립 기능 교육 중심의 인력양성이 이뤄지고 있어 SW·설계 등 미래차 전환을 위한 핵심인력이 부족하다는 것이 연구원의 주장이다. 이 때문에 국내 완성차 업계 맞춤형 현대차그룹은 디지털 기술개발과 사업

화 경험을 보유한 전문가 영입에 집중하고 있다. 현대차·기아는 올해 4월 ‘서비스형 운송(TaaS·Transport as a Service) 본부’를 신설하고 네이버 최고기술책임자(CTO)였던 송창현 사장을 본부장에 임명했다. 글로벌 최고 수준 SW전문가의 경험과 노하우를 기반으로 전통적인 자동차산업의 틀에서 벗어나 혁신적인 모빌리티 사업을 추진해 스마트 모빌리티 솔루션 기업으로 변화하기 위함이다. 송 사장은 애플, 마이크로소프트(MS) 등을 거쳐 네이버 CTO, 네이버랩스 대표로 재직하며 네이버의 AI를 포함한 미래기술 연구에 기여한 인물이다. 또 현대차는 지난해 코로나19로 고용 시장이 위축된 가운데 미래 모빌리티 인재 확보에 집중하고 있다. 현대차는 전동화, 자율주행, 도심 항공 모빌리티(UAM), 로보틱스, 수소연료전지 등 미래 모빌리티와 관련된 인재 확보에 속도를 높이고 있다. 다만 자동차 산업이 전통제조업을 바탕으로 성장했다는 점에서 기존 소속인원의 직무 전환에는 속도를 내지 못하고 있다는 점은 문제로 지적되고 있다. 글로벌 완성차 업체들은 미래 경쟁력 확보를 위해 빠르게 체질 개선에 나서고 있다. 일본 토요타는 기계기술 기반 생태계를 SW 기반 생태계로 변화시키고 있고, 혼다 역시 5년간 미국에서 인력 5만 명 재교육·훈련에 들어갔다. 미국 포드는 프로그래머를 현행 300명에서 4000명 이상으로 육성할 방침이고, GM 크루즈 역시 미래차 인력을 기존 40명에서 2000명으로 늘릴 예정이다. /양성운 기자 ysw@

## 글로벌 유동성 확대... 슈퍼카 판매 불티

상반기 포르쉐 판매 15만대 사상최대 람보르기니도 37% 늘어 역대 최대치 전세계적인 유동성 확대에 전세계 슈퍼카 시장도 대호황기에 돌입한 모습이다. 19일 업계에 따르면 포르쉐는 상반기 글로벌에서 15만3656대를 판매하며 사상 최대 기록을 경신했다. 오โต모빌리 람보르기니도 상반기 4852대를 인도하며 사상 최대치를 넘어섰다. 전년 동기 대비보다 37%나 늘어난 것. 모델별로는 SUV 인기가 두드러졌다. 포르쉐가 카이엔을 4만4050대, 파칸을 4만3618대 판매했고, 람보르기니도 우루스를 2796대 판매하며 SUV를 주력 모델로 앞세웠다. 아울러 포르쉐는 전동화 판매량도 높아지고 있다며, 유럽에서는 40% 차량을 전동화로 채웠다고 밝혔다. 지역별로는 미국이 가장 많고 중국이

뒤를 따르는 모습이였다. 미국에서 포르쉐는 3만6326대, 람보르기니는 1502대를 판매했다. 중국에서는 각각 4만 8654대, 602대로 글로벌 시장에서 2번째로 많은 판매량을 기록했다. 이어서 브랜드별로 유럽과 중동 등이 강세를 보였다. 하반기 전망도 밝다. 스테판 뵘만 오โต모빌리 람보르기니 회장 겸 CEO는 “이 놀라운 성과는 우리에게 두가지를 증명한다. 팬데믹의 불확실성에도 불구하고 꾸준히 인기를 끌고 있는 람보르기니의 견고함을 보여주는 증거임과 동시에 2024년까지 15억 유로 이상을 투자해 모든 라인업을 전동화한다는 새로운 산업 계획에 대한 긍정적인 반응을 뒷받침한다.”라며 “람보르기니의 미래는 기술 혁신과 지속 가능성을 동시에 추구하는 데에 있다. 앞으로 제품의 최대 성능과 브랜드 DNA에 대한 충성도에 중점을 두고 위대한 변화를 이뤄낼 것이다.”고 말했다. /김재용 기자