대기업 중고車시장 진출 논쟁 '첨예'… 대선이후 결정 가닥

중기부, 첫 심의위 열었지만
결론 못 내리고 3월로 미뤄
면밀 검토냐, 시간 끌기냐 분분
중고차단체, 사업조정 신청도

세종시에 있는 중소벤처기업부 청사.

현대·기아차의 중고자동차판매업 시장 진출 여부가 3월 대선 이후에나 결정날 전망이다.

중소벤처기업부가 중고차판매업에 대한 생계형 적합업종 심의위원회를 지난 14일 열었지만 결론을 내리지 못했기 때문이다.

16일 중기부에 따르면 심의위원회는 지난 14일 회의를 열어 중고차 판매업 관련 ▲소상공인 생계형 적합업종 실태조사 결과 ▲동반성장위원회 추천의견 ▲중기부의 상생협약 추진 경과 ▲중고차판매업 주요 쟁점 등에 대해 논의했다.

하지만 심의위원회는 이날 회의서 결론을 내지 못하고 3월에 추가 회의를 열어 중고차판매업의 생계형 적합업종 지정 여부를 최종 결정키로 했다.

오는 3월9일이 20대 대통령선거인 점을 감안하면 관련 사안은 대선이 끝난 뒤 결정될 가능성이 높아 보인다.

그러면서 심의위는 중고차판매업에 대한 생계형 적합업종 신청 시기가 너무 오래돼 당시의 실태조사 자료로는 현 상황을 판단하는데 한계가 있다며 중기부에 최신 데이터로 보완해 다음 회의때 제출해줄 것을 요청했다.

또 중고차판매업에 진출해 있는 기존 대기업과 완성차업계의 중고차 매입 방식이 소상공인에 미치는 영향에 대한 분석과 소비자 후생에 대한 분석도 추가로 요청했다.

중고차판매업을 영위하는 중소사업자들 모임인 한국자동차매매사업조합연합회와 전국자동차매매사업조합연합회는 2019년 2월께 중고차판매업을 '소상공인 생계형 적합업종'으로 지정해 달라며 각각 동반성장위원회에 신청했다.

중고차판매업의 경우 대기업인 K카, SK엔카 등이 시장에 이미 진출한 상태다. 특히 완성차 회사인 현대자동차와 기아가 관련 시장 진출을 예고하면서 중소사업자들은 '발등에 불'이 떨어졌다.

생계형 적합업종은 소상공인단체 요청→동반위 추천 의결→중기부 생계형 적합업종 심의위 심의→중기부 장관 지정·고시의 절차를 밟는다.

이 과정에서 추천 역할을 하는 동반위는 중고차판매업이 생계형 적합업종으로 지정하기에 '부적합하다'는 의견을 중기부에 전달한 바 있다.

이후 중기부는 이해 단체 및 업계, 전문가 의견 수렴 등을 진행하고, 여당인 더불어민주당의 을지로위원회까지 나서 중재를 시도했지만 합의점을 찾지 못했다.

신청때부터 현재까지 벌써 4년째가 됐지만 심의위를 열고도 '자료가 너무 오래됐다'며 또다시 판단을 유보한 것이다.

일부에선 소상공인 생계형 적합업종 중에서도 대·중소기업간 가장 첨예하게 대립하고 있는 중고차판매업 이슈를 대선에 앞서 결정하는 것이 부담스러워 3월로 미룬 것 아니냐는 곱지 않은 시선도 있다.

중고차판매업이 '중고차를 이용하는 소비자 후생'과 '완성차 회사의 진출로 인한 도의적 책임' 사이에서 팽팽하게 맞서고 있는 가운데 정부가 소상공인과 대기업 모두를 눈치보며 시간을 끌어 오히려 시장 혼란과 사회적 갈등을 부추기는 것 아니냐는 지적도 나온다.

이런 가운데 한국자동차매매사업조합연합회는 '대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률'에 따라 이달 3일 현대차와 기아차를 상대로 중기부에 '중고자동차 판매업' 사업조정을 추가로 신청하기도 했다.

그러면서 "지난해 12월23일 한국자동차산업협회 정만기 회장의 '완성차 제작사는 2022년 1월부터 중고차판매 사업을 시작하겠다'는 발언에 따라 급박하게 신청하게 됐다"고 이유를 설명했다.

산업통상자원부 차관 출신인 정만기 자동차산업협회 회장은 국내 완성차 회사의 중고차 시장 진입 문제와 관련해 실태를 파악하기 위해 이달 초 미국을 방문했다.

이 자리에서 정 회장은 "미국에서 완성차 업체의 중고차 시장 진입 규제는 전혀 없다. 한국도 중고차 매매와 관련해 세계적인 흐름을 따라가야한다"면서 "완성차의 경쟁 범위가 '단순 판매'에서 '수리·정비 서비스-차량이력 관리-중고차 매매' 등 생애 전주기 경쟁으로 진화하면서 이 가운데 하나라도 결여된 완성차 업체는 도태될 우려가 있다"고 말했다.

자동차산업협회에 따르면 지난 2020년 기준으로 국내 중고차 시장 규모는 39조원 수준이다. 거래대수는 251만5000대다.

자동차산업협회는 현대자동차, 기아, 한국지엠, 르노삼성, 쌍용차를 회원사로 두고 있다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

올 수준별 스마트공장 확산… 2475억 투입

중기부, 中企 3700곳 구축 지원
AI·빅데이터로 질적 고도화 촉진

중소벤처기업부가 수준별 스마트공장 구축을 돕기 위해 올해 총 2475억원을 지원한다.

올해 말까지 스마트공장 총 3만개 보급 계획을 착실하게 이행하기 위해서다.

16일 중기부에 따르면 관련 예산을 통해 올해 총 3700곳의 스마트공장을 지원할 예정인 가운데 ▲스마트공장 구축 및 고도화 ▲ 업종별 특화지원 ▲ 스마트공장 수준 확인 등을 집중 추진한다.

우선 개별 수요기업의 작업 현장 및 스마트공장 운영역량을 기반으로 스마트공장 구축수준을 기초(5000만원)→고도화1(2억원)→고도화2(4억원)로 각각 나눠 총 2200개사를 맞춤 지원한다.

특히, 인공지능(AI), 빅데이터 등이 적용된 고도화 공장을 구축할수록 지원금액을 상향해 질적 고도화를 촉진한다.

또 식품, 생명공학(바이오), 뿌리 등 유사 제조공정·업종을 가진 기업들에 대해 공통 솔루션 등도 보급한다.

전문성·대표성을 가진 업종별 협단체(운영기관)가 수요발굴부터 전략수립, 구축까지 통합 관리를 통해 기업 간 연계성을 강화하고 효율적인 스마트공장 보급을 지원할 예정이다.

이 사업은 역량을 갖춘 운영기관을 먼저 선정한 뒤 운영기관이 해당 업종 분야의 수요기업을 모집하는 방식으로 진행한다.

수요기업 신청접수는 3월말에 별도 안내할 계획이다.

아울러 민간 자체적으로 스마트공장을 구축했거나 사업 참여기업 중 스마트공장을 정부의 지원없이 고도화한 기업 등 총 1500개사를 대상으로 스마트공장 수준 확인비용(기업당 최대 100만원) 전액을 지원한다.

신청기업은 스마트화 수준 확인과 함께 스마트공장 고도화 지침(가이드라인)을 제공받을 수 있다.

특히, 스마트공장을 도입한 중소기업(수준확인 기업)은 공공기관에 납품하거나 정책자금 등을 신청할 경우 우대혜택을 받을 수 있다. /김승호 기자

공영홈쇼핑, 명절 먹거리 '특집 라방'

'공영라방' 오늘 11시·17시 방송

공영홈쇼핑의 모바일라이브커머스 '공영라방'이 설 명절을 앞두고 다양한 우리 먹거리를 선보인다.

16일 공영홈쇼핑에 따르면 '공영라방'은 오는 17일부터 오전 11시, 오후 5시에 각각 설 맞이 특집 방송을 진행한다.

이번 방송에선 설 선물세트를 비롯해 다양한 명절 상차림을 위한 소포장 패키지를 만나볼 수 있다.

지난해 추석에 국내 최저가 수준으로 선보여 큰 인기를 끌었던 '오가굴비'를 이번에도 준비했다. 대표적인 명절 선물로 손꼽히는 '오가굴비(사진)' 10미 구성을 3만9900원에 판매한다. 이밖에도 '레드향, 천혜향 선물세트', '배도라지즙 세트', '대사이즈 활전복' 등 다양한 설 선물세트를 선보일 예정이다.

명절 먹거리도 준비했다. '횡성한우 모음전'에서는 등심, 안심, 불고기, 국거리, 특수부위 등 용도에 따라 다양한 한우를 구매할 수 있다. 새해에 꼭 필요한 '떡국떡 세트'도 선보인다. /김승호 기자

중진공 청년창업사관학교 민간 운영사 공모

서울·인천·강원·전남·부산 등 11곳
민간기업·대학·공공기관 등 대상

중소벤처기업진흥공단이 청년창업사관학교(청창사)를 운영할 민간 운영사를 공개 모집한다.

16일 중진공에 따르면 민간 운영사 공모 지역은 서울, 경기북부, 인천, 강원, 충북, 전북, 전남, 부산, 대구, 울산, 제주 등 11곳이다. 신청 자격은 민간기업(단체), 대학, 공공기관 등 초기 청년창업기업의 사업화를 지원할 수 있는 역량을 보유한 곳이다.

민간 운영사는 특화교육, 사업화 코칭, 네트워킹 등 창업 사업화 지원 프로그램을 운영하게 된다. 청창사는 올해 지역별 특화 분야를 중심으로 운영될 예정이다.

서울의 경우 투자유치를 중심으로 운영하고, 충북은 바이오헬스와 지능형 IT부품, 대구는 디지털의료헬스케어와 고효율에너지시스템 분야를 집중적으로 육성하는 방식이다.

/김승호 기자

유한킴벌리 '스카트 강력 살균 소독티슈' 출시

유한킴벌리가 '스카트 강력 살균 소독티슈(사진)'를 출시했다.

16일 유한킴벌리에 따르면 스카트는 집안관리 용품 시장 진입 1년 만에 두 자릿수 점유율을 달성하며 가정 내 필수품으로 빠르게 자리잡고 있는 '스마트 홈클리닝 브랜드'다.

스카트 강력 살균 소독티슈는 중앙방역대책본부 제시기준 살균 유효 농도 범위인 에탄올 70% 이상(약액 기준)을 함유해 대장균, 녹농균, 황색포도상구균을 포함한 7종 세균을 30초안에 99.99% 이상 제거한다.

집안 곳곳에서 다양하게 사용할 수 있도록 늘어짐 없는 촘촘하고 탄탄한 원단을 적용해 변형이 적고 잘 닦이는 것이 특징이다. /김승호 기자

버스티비 yap TV 와 함께하는 메트로 뉴스

▲ 광주사고 6일째… 붕괴현장 1층·지하 수색 성과없어 /사진 뉴시스
▲ 검찰, '대장동 의혹' 정진상 비공개 소환 조사

▲ 대법, '채동욱 뒷조사' 남재준 前국정원장 무죄 확정
▲ 법원, 인권위에 '박원순 성추행 인정' 근거자료 제출 명령

▲ 직장인 29% "직장내 괴롭힘 당했다" 경험자 33%는 '심각' /사진 유토이미지
▲ 제23회 전주국제영화제 4월 28일~5월 7일 개최 확정