

손실여부 관계없이 소상공인 370만명에 600만~1000만원

정부, 두터운 보상·재정안정 중점 여행·항공업 등 업종 폭넓게 지원
저소득층·취약계층 225만 가구 한시적으로 75만~100만원 지원
재원으로 53.3조 초과세수 활용
정부 세금추계 오류 등 논란 전망



추경호 경제부총리 겸 기획재정부 장관이 12일 오후 서울 종로구 정부서울청사 브리핑실에서 열린 2022년 2차 추가경정예산안 관계장관 합동브리핑을 하고 있다. /뉴스1

59조원 규모의 올해 2차 추가경정예산(추경)의 특징은 '두터운 보상'과 '재정안정'에 중점을 뒀다는 점이다. 코로나19로 어려움이 큰 자영업자·소상공인들을 신속히 지원하고, 여행업·항공업 등 손실보상을 받지 못했던 업종도 포함해 폭넓게 지원하자는 취지다.
정부는 국가채무가 1000조원을 넘는 상황에서 적자 국채 발행은 하지 않기로 했다. 지출 구조조정을 통한 7조원 마련 등 재정 건전성을 확보한다는 방침이다. 반면, 더 거둬들이는 53조원의 국민세금으로 추경 재원을 충당하기로 한 점, 물가가 치솟는 상황에 또 다시 돈을 푸는 점 등은 논란이 될 전망이다.
윤석열 정부는 매출액 30억원 이하

자영업자·소상공인 370만명에게 코로나19에 따른 손실 여부와 관계없이 최소 600만원, 최대 1000만원까지 지원하기로 했다. 이들은 손실을 보든 안 보든 최소 600만원을 받게 된다.
저소득층, 취약계층 225만 가구에는 긴급생활지원금을 한시적으로 75만~100만원 지원한다.
그동안 손실보상에서 제외됐던 여행업·공연전시업·항공운수업 등도 40% 이상 매출 감소 시 700만~1000만원을 지급한다. 문화예술인과 함께 대리기사, 방문교사 등 특수고용직·프리랜서

도 지원 대상에 포함돼 각각 100만원씩 받는다.
손실보전금이 확대되고, 보상 사각지대가 줄어들면서 당초 정부 예상보다 추경 규모는 더 커져 60조원에 육박했다.
소상공인 보상 등에 36조4000억원, 지방교부세 등 각 지역에 23조원 포함, 2차 추경액은 총 59조4000억원으로 1차 추경(16조9000억원) 때보다 크게 늘었다.
추경 규모는 커졌지만 1000조원 이상의 국가채무를 고려해 적자 재정을 최소화하는 방식으로 재원을 마련했다는 게 정부의 설명이다.

정부는 추경에 쓰일 재원의 대부분은 53조3000억원 규모의 초과세수를 활용하기로 했다.
이 밖의 기존 일부 사업의 예산을 줄이는 방식의 지출 구조조정으로 7조원, 세제인여금과 한국은행인여금, 기금 여유자금 등 가용재원 8조1000억원 등이다.
특히, 추가 국채 발행은 없고, 초과세수로 9조원 가량 국채를 갚기로 했다.
하지만, 한 해 예산의 10%에 달하는 53조원의 초과세수가 어떻게 생겼는지, 정부의 세금 추계 오류 등은 논란이 될 것으로 보인다.
지난 2월 1차 추경 당시, 기재부는 가용 재원이 없다며 17조원으로 축소된 안을 편성했고, 국채도 11조원 가량 발행했다.
더구나, 지난해 60조원 규모의 세수 오차가 발생한 데 이어 또 다시 50조원 넘는 초과세수가 발생한 점은 문제로 지적된다.
기재부는 초과세수 발생 전에 세입 예산을 편성했기 때문이라고 설명했다.
고광호 기재부 조세총괄정책관은 "올해 세입 예산은 지난해 실적이 나오기 전인 작년 7월 편성해 결과적으로 작

년 연말 30조원 추가 세수가 발생한 것이 포함되지 않은 것"이라며 "올해 세수를 추계하면 법인세가 약 30조원, 근로소득세 10조원, 양도소득세 10조원 등 50조원 정도 생긴 것"이라고 설명했다.
이에 박홍근 더불어민주당 원내대표는 "53조원의 천문학적인 초과세수는 국가 살림의 근간을 흔들 만큼 매우 심각한 문제이므로 예산 당국과 세정 당국의 의도성 등을 철저히 따져보고 대응하겠다"고 말했다.
60조원 가량의 돈이 풀리면 치솟는 물가를 더 자극할 수 있다는 우려도 크다.
윤석열 정부가 취임 직후 고물가 대응을 주문하면서 대규모 추경을 추진하는 건 "정책 엇박자"라는 지적이 나오는 이유다.
그럼에도 당정은 6월 1일 지방선거 전에 2차 추경안을 처리해야 한다며 속도전을 예고했다.
기재부는 "이번 추경으로 물가에 일부 영향은 있겠지만 코로나로 어려움을 겪는 소상공인들과 고물가·고유가로 힘든 서민 계층들에 대한 지원이 굉장히 절실했다"고 밝혔다.
/세종=원승일 기자 won@metroseoul.co.kr

엔데믹 기대감... 百 3사, 또 매출기록 경신

롯데·신세계·현대 '빅3' 1분기 매출 5000억 이상... 영업익 48% 신장
신세계, 영업익 47.6% ↑ '최대실적'



지난해 신세계백화점 본점에서 열린 '윈터아트스페이스'에서 판매한 앤디워홀의 작품을 감상하는 모습. 해당 작품은 본관 4층 이벤트홀에 전시돼 오가는 사람들이 쉽게 감상할 수 있었다. /신세계

지난해 명품 보복소비로 재미를 본 백화점업계가 1분기 엔데믹(풍토병화)에 대한 기대로 고공행진한 소비심리를 업고 또 다시 매출 기록을 경신했다.
명품 소비가 이어지는 한편 리오프닝(경제활동 재개) 기대감으로 소비심리가 상승세를 타 상품 카테고리 전반이 매출이 상승했다. 더불어 '차별화된 경험'을 강조한 백화점의 전략이 맞아떨어졌다는 평이다.
12일 전자정보공시 시스템에 따르면 백화점 '빅3'인 롯데백화점·신세계백화점·현대백화점이 1분기 5000억원 이상 매출을 올리며 영업이익 전년 동기 대비 평균 48.4% 신장했다.
신세계백화점이 3사 중 가장 높은 실적을 기록했다.
신세계와 별도법인인 동대구·대전신세계·광주신세계를 합친 백화점사업부 매출이 5853억원, 영업이익 1215억원을 기록했다. 매출은 18.7% 올랐고 영업이익은 47.6% 올랐다. 모두 1분기 기준 사상 최고 실적이다. 신세계 측은 소비심리가 전반적으로 회복하고 사업부 전체의 고른 성장이 좋은 실적을 낸 것으로 설명했다.
신세계백화점의 호실적 중 온라인 사업 매출 상승(전년 대비 14.2%)을 눈여겨 볼만하다. 신세계는 ▲고객 개인화 서비스 ▲신백서재 등 콘텐츠 확보를 통한 차별화 ▲라이브 커머스 등 디지털 콘텐츠의 성공 등이 유효했다고 평가한다.
앞서 신세계 백화점은 대체불가토큰(NFT)을 제작해 고객에 나눠주는 이벤트를 벌여 신규 회원을 대대적으로

유지하는 데 성공했으며 모바일 앱을 통한 해외 패션쇼 생중계 등 백화점 이용고객의 주요 관심사를 충족시켰다.
실제 신세계백화점의 올 1분기 모바일 앱 이용 고객은 전년보다 37.9% 늘어난 100만명을 돌파했다.
신세계 관계자는 "오프라인 본업의 경쟁력을 기반, 디지털 콘텐츠의 접목을 통해 뉴노멀 시대를 이끄는 온·오프라인 통합 유통 플랫폼 구축에 힘쓸 것"이라고 말했다.
현대백화점그룹의 백화점 부문 매출은 5433억원으로 전년 동기 대비 9.2% 증가하고 영업이익은 1027억원으로 35.2% 늘었다.
현대백화점에 따르면 최근 2030세대 고객의 매출 증가율이 전체 평균 보다 훨씬 높아졌다. 2030세대 고객 기준 여성 패션 매출 35.1%, 남성 패션 매출 41.8% 각각 늘었고 골프(83.0%)와 아웃도어(48.7%), 해외명품(46.8%) 매출 또한 전체적으로 평균 보다 높은 수치를 나타냈다.
현대백화점은 3사 중 오프라인 이벤트를 가장 활발히 열고 있다. 이른바 '인생샷 성지'가 오프라인 이벤트의 성

공을 좌우하면서 현대백화점은 인스타그램·메카팅에 집중하고 있다.
지난해 2월 문을 연 서울 영등포구 더현대서울은 기존 백화점의 고정관념을 탈피하는 전략을 이용하며 고객 휴식 공간을 매장 공간 보다 더 많이 배치했다. 이러한 전략은 2030세대 고객이 다른 연령대 보다 훨씬 많은 방문과 매출을 기록할 수 있도록 했다.
현대백화점에 따르면 개점 후 1년 간(2021년 2월~2022년 2월) 더현대서울의 연령대별 매출 비중을 분석한 결과, 20~30대가 차지하는 비중은 50.3%로 더현대서울을 제외한 현대백화점 15개 점포의 20~30대 매출 비중(24.8%)보다 두 배 이상 높게 나타났다. 인스타그램에 올라온 게시물 수는 4월 현재 33만 건 이상이다.
롯데백화점은 매출 7400억원, 영업이익 1050억원을 기록하며 각각 9.4%, 2.6% 증가했다.
롯데백화점은 신세계·현대에 비해 가장 많은 점포를 가지고 있어 매출이 높아도 고정비도 상당히 전년 동기 대비 매출 신장세가 비교적 낮다.
/김서현 기자 seoh@

가계대출 잔액 1060.2조... 다시 증가

은행권 수익성 악화에 대출문턱 낮춰 금융권, 4월 말 기준 전월비 1.2조 ↑
은행들이 최근 대출 문턱을 낮추면서 5개월간 감소세를 보이던 가계대출잔액이 다시 증가했다. 금융권에서는 은행들이 공격적인 영업에 나설 경우 가계대출 증가할 수 있다고 우려하고 있다.
12일 금융권에 따르면 4월 말 기준 은행권 가계대출 잔액은 지난 3월 대비 1조2000억원 늘어난 1060조2000억원으로 집계됐다. 은행권 가계대출은 지난해 12월(2000억원)부터 올 1월(5000억원), 2월(2000억원), 3월(1조원)까지 4개월 간 감소세를 보였다. 2금융권에서도 가계대출이 1000억원 증가해 전체 금융권 가계대출은 지난 3월 대비 1조3000억원 늘었다.
이는 대출감소세가 지속되면서 은행들이 대출 수요 감소에 따른 수익성 악화 우려로 대출문턱을 낮추고 금리를

내리고 있기 때문이다.
하나은행은 지난달 21일 시중은행 가운데 가장 먼저 40년짜리 주담대 상품을 선보였다. 기존의 35년에서 5년 연장한 것이다. NH농협은행과 신한은행도 40년 주담대 상품대열에 합류했고 KB국민은행과 우리은행도 이달 안에 40년 주담대 상품을 내놓을 예정이다.
또한 신용대출 기간도 늘리고 있다.
지난달 29일 KB국민은행이 10년 만기 신용대출을 판매하기 시작하면서 신한은행도 오는 13일부터 분할상환방식 신용대출의 대출 기간(만기)을 최장 5년에서 10년으로 늘리기로 했다. 하나·우리·NH농협 역시 내부 검토와 전산 작업을 거쳐 조만간 만기를 늘릴 계획이다.
다만 금융권에서는 정부의 정책기조로 조여던 빚장을 풀면서 지난해와 같은 가계대출 증가세를 우려하고 있다.
/이승용 기자 lsy2665@

1분기 전세계 IPO 37%, 금액 51% 줄어

>> 1면 '증시 연일 최저점'서 계속
실제로 국내뿐 아니라 글로벌 IPO 시장도 위축세를 보이고 있다.
글로벌 회계·컨설팅 법인 EY한영에 따르면 올해 1분기 전 세계 IPO 건수는 전년 동기 대비 37% 감소한 321건, 조달 금액은 전년 대비 51% 감소한 544억 달러로 집계됐다.
전반적인 시장 약세와 함께 해외 IPO, 유니콘 기업의 IPO, 조달 금액이 10억달러를 넘는 대형 IPO, 특수목적취득회사(SPAC) IPO 등도 일제히 감소

했다. 예비 상장사 중 상당수는 불확실성 속에서 상장 일정을 연기하고 관망세로 돌아서는 추세다.
하반기 상장을 예고했던 쉐리, 쏘카, 현대오일뱅크, 카카오톨빌리티, CJ올리브 등 대어급 IPO 흥행 전망도 불투명한 상황이다.
한 IPO 시장 관계자는 "주관사 선정을 마치고 수요예측 일정이 정해진 기업들도 금융시장이 전반적으로 불안해 우려의 목소리를 내고 있다"며 "상장 일정을 늦추는 곳이 더 늘어날 수도 있다"고 귀띔했다.
/박미경 기자 mikyung96@