

광주·전남 목조 문화재 보험금 얼마나 되나

송광사·화엄사 화재뎀 한푼도 못받아

만약 순천 송광사 구례 화엄사 등 광주·전남의 유명 목조건축 문화재나 사찰이 화재로 인해 훼손됐을 때 받을 수 있는 보험금은 얼마나 될까.

지난 11일 화재로 전소된 송례문의 보험금액이 9천508만원으로 알려지면서 지역 내 문화재나 사찰의 보험가입 현황에도 궁금증이 일고 있다.

하지만 결론부터 말하자면 한 푼도 받을 수 없다. 당연한 얘기지만 지역 내 목조 건축 문화재 대부분이 화재보험에 가입돼 있지 않기 때문이다.

고액의 보험료로 인해 문화재 소유주체들이 보험 가입을 꺼리는 데다 보험회사 역시 높은 위험부담 등

화재 취약 300곳 중 보험 가입 4곳에 불과

고액보험료 부담 가입 꺼리고 보험사도 기피

을 이유로 인수를 회피하고 있는 것이 가장 큰 이유다.

이때문에 광주·전남은 다수의 유명 문화재를 보유하고 있음에도 보험가입 현황은 실망스런 수준에 머물러 있다. 현재 광주·전남의 지정 문화재는 총 1천133점. 이 가운데 화재에 취약한 목조문화재만 303점에 달한다.

전남의 경우 이들 목조문화재가 곳곳에 산재해 있지만 화재보험에 가입된 곳은 단 4곳에 그치고 있다. 나주 불회사, 보성 일월사, 화순 만

연사, 장성 백양사 등이다. 중요 문화재를 많이 보유하고 있는 송광사나 화엄사 등 유명 사찰은 대부분 보험가입을 외면하고 있다.

광주에도 지정문화재 128점 가운데 22점의 목조문화재가 있다. 하지만 이 중 동구 증심사를 제외한 대부분의 문화재는 화재보험의 '사각'으로 방치돼 있다.

이처럼 지역 문화재의 보험가입이 저조한 이유는 문화재 관리·소유자들의 보험가입 기피와 보험사의 보험인수 회피 때문이지만 우리

나라의 경우 문화재에 대한 가치산정의 체계가 갖춰지지 않은 점도 보험가입 활성화에 걸림돌이 되고 있다. 객관적인 가치에 따라 보험료와 보험금이 달라지는데, 국내에서 이를 공인해줄 기구나 단체가 없다.

A손해보험사 관계자는 "문화재는 객관적인 가치를 평가하기가 어렵고 리스크가 크다는 점 등에서 소유주체나 보험사 모두 보험 가입을 꺼린다"고 말했다.

전남도 관계자는 "문화재의 보험 가입이 저조한 것은 보험이 권장사항일 뿐 강제 규정이 없기 때문"이라며 "문화재에 대한 가치산정 체계 확립과 보험가입 의무화 등이 절실하다"고 말했다.

/최경호기자 choice@kwangju.co.kr

금호타이어 대규모 감원, 노조 반발

회사측 2012년까지 800명 감축안 제시

노조측 "인위적인 감축 강력 반대" 맞서

금호타이어가 광주공장 과잉공장 근로자에 대한 구조조정을 검토하고 있어 노조가 강력히 반발하고 있다.

12일 금호타이어 노사에 따르면 회사측은 최근 오는 2012년까지 광주와 과잉공장 근로자 중 400여명 또는 800여명을 감축하는 안 등을 포함한 경영합리화 방안을 노조측에 제시했다.

회사측은 "영업손실에 따른 어려움을 극복하기 위한 경영개선 방안의

하나로 2012년까지 퇴직자 등 자영업자 소하는 인력을 증원하지 않는 방법 등을 통해 단계적인 구조조정을 벌여 나간다는 계획을 제시했다"며 "그러나 어느 것도 확정된 것은 없다"고 말했다.

이에 대해 노조측은 "회사가 지금의 경영구조를 개선해야 한다는 점을 강조하는 과정에서 이같은 인원 감축안이 나온 것으로 안다"며 "노조도 회사측의 경영효율 개선 노력

에는 크게 공감하고 적극 동참할 의사를 갖고 있지만 인위적이거나 일방적인 감원은 결코 수용할 수 없다"고 밝혔다.

한편 금호타이어 광주공장에는 2천900여명, 과잉공장에는 2천300여명이 각각 근무하고 있다.

한편 금호타이어 노사는 지난해 임금협상과 관련, ▲2007년부터 5년간 4천500억원 투자 ▲오는 9월 시험연구설비 광주공장에 설치 ▲고용유지를 위한 총 생산량을 2006년 수준으로 3년간 유지 등에 합의한 바 있다.

/이종태기자 jtleee@kwangju.co.kr



즐임·입학 선물 물 고를까... 12일 광주신세계 이마트 가전코너가 펼쳐지고 있는 '즐임·입학선물 특별대전'에서 고객들이 디지털카메라, 전자사전, MP3, 닌텐도 등 소형 가전 제품들을 살펴보고 있다.

12일 광주신세계 이마트 가전코너가 펼쳐지고 있는 '즐임·입학선물 특별대전'에서 고객들이 디지털카메라, 전자사전, MP3, 닌텐도 등 소형 가전 제품들을 살펴보고 있다. <광주신세계 제공>

광주·전남 땅값 '제자리'

부동산 침체 ... 작년 0.9%, 1.3% 상승 전국 '꼴찌'

지난해 광주·전남지역은 지방 부동산시장 침체와 정부의 강도높은 부동산정책 등이 맞물리면서 땅값이 사실상 '제자리'를 지켰다.

12일 한국토지공사 광주전남본부에 따르면 지난해 광주의 땅값 상승률은 0.94%로 집계됐다.

이는 전국의 땅값 상승률(3.89%)을 크게 밑도는 것으로, 전국 16개 시·도중 최저 수준이다. 전남도 연간 땅값이 1.31% 올라 충북(1.27%), 전

북(1.21%) 등과 함께 전국 최하위 수준에 머물렀다. 반면 서울은 1년간 땅값이 5.88%나 뛰었으며, 인천(4.85%), 경기(4.23%) 등 수도권의 지가 상승세가 두드러졌다. 광주·전남의 1억원짜리 땅이 100만원 안팎 오르는 사이 수도권의 땅값은 400만~600만원 가량 뛴 셈이다.

특히 광주·전남은 땅값 오름폭이 물가상승률을 크게 밑돌 만큼 부동산 자산의 가치하락이 가속화되고 있다.

통계청에 따르면 지난해 광주·전남의 소비자물가상승률은 각각 2.6%, 2.4%에 달한다. 이는 연간 물가상승 폭이 땅값 오름세보다 각각 3배, 2배 가량 높았음을 의미한다.

이처럼 광주·전남의 땅값이 약세를 보인 것은 각종 부동산정책에 따른 세금 부담과 지방 부동산경기 침체 등이 맞물리면서 수요자들의 투자 심리가 크게 위축됐기 때문으로 풀이된다.

실제 광주·전남은 지난해 투자심리 위축으로 인한 거래 감소세가 두드러졌다. 지난해 광주의 토지거래량은 1만6천467㎡로 1년 전보다 24% 줄었다.

/최경호기자 choice@kwangju.co.kr

원산지 허위표시 47건 적발

국립농산물품질관리원 전남지원(지원장 신동하)은 지난 설을 맞아 특별사법경찰관 50명과 명예감시원을 동원, 특별단속을 실시한 결과 광주·전남지역에서 허위표시 47건, 과태료 73건 2천800만원을 적발했다.

원산지 허위표시 위반품목에는 배·사과·한과류를 비롯해 쇠고기·돼지고기·고사리 등이 포함됐다.

/이종태기자 jtleee@kwangju.co.kr

우리홈쇼핑 대표 신 현씨

롯데몰산 대표 기준씨

롯데그룹 인사

롯데그룹은 12일 신 현 롯데쇼핑 전무를 우리홈쇼핑 대표이사 부사장으로 승진 발령했고, 기준 케이피케이 미컬 대표이사를 롯데몰산 대표이사로 임명하는 등 155명의 임원에 대한 정기인사를 단행했다.

/이종태기자 jtleee@kwangju.co.kr

기아美 법인장에 안병모씨

기아차는 기아차 미국 판매법인(KMA)의 법인장에 안병모(58) 기아차 미국 조지아공장 법인장을 겸임 발령했다고 12일 밝혔다.

이번 인사는 작년 11월에 선임된 렌 헨트 미국 판매법인이 약 3개월 만에 사임한데 따른 것이다. /연합뉴스

올해 벤처투자 1조4천억

벤처 거품 조정기인 2003년 이후 최고치

올해 벤처투자 규모가 벤처 거품 조정기 이후 최고치인 1조4천억원 수준에 이를 전망이다.

12일 중소기업청에 따르면 84개 창업투자회사를 대상으로 올해 투자조합 결성 및 투자 계획 등을 설문한 결과 창업투자회사의 벤처투자 규모가 1조2천억원 수준이 될

것으로 예상된다. 신기술사업금융업자의 투자 규모가 2천억원 정도가 될 것을 감안하면 올해 벤처투자 규모가 1조4천억원에 달할 것으로 중소기업청은 내다봤다.

이는 2006년 이래 3년 연속 1조 원대를 유지하고 있으며, 벤처 거

품이 붕괴한 2003년 이래 최고치라고 중소기업청은 설명했다.

투자조합 결성 규모는 창업투자조합이 1조2천억원, 신기술사업투자조합은 1천억원 등 1조3천억원 수준에 이를 것으로 중소기업청은 예상했다.

한편 지난해 창투사의 주요 투자분야는 정보통신(34.2%)과 제조업(30.1%)이었다.

그러나 올해 이 두 분야에 대한 투자 비중이 각각 28.0%, 22.7%로 줄어드는 반면 서비스·교육과 생명공학이 각각 9.7%→11.6%, 5.9%→12.7%로 늘어난 것으로 전망됐다. /연합뉴스

매일유업 '제2도약' 비전 발표

새 CI 선포식 ... 2012년 매출 1조6천억

매일유업이 새 CI(Corporate Identity)를 선보이고 2012년까지 매출 1조6천억원을 달성하겠다는 '제2도약'의 비전을 발표했다. 매일유업은 12일 서울 소공동 아트리선재홀에서 정종현 대표이사 사장 등 임직원 300여명이 참석한 가운데 새 CI 선포식을 열었다. <사진> 새 CI는 1997년 이후 10년만에 변경된 것으로 신선함과 깨끗함을 상징하는 밝은 하늘색을 기본색으로 부드럽게 동글린 영문 소문자로 사명을 처리했으며 '신선함의 근원'을 상징하는 우유방울 형상을 덧붙여 유제품 전문기업의 전통과 발전 가능성을 표현했다. /연합뉴스



매일유업은 또 이날 선포식에서 유가공 사업부문 외에 해외사업, 외식, 건강식, 유아복 등 부문을 강화해 2012년까지 연매출 1조6천억원으로 국내 식품기업 10위권에 진입하겠다는 청사진을 제시했다. 이를 위해 핵심 사업인 유가공 사업분야의 매출을 2012년까지 1조1천억원대로 올릴 계획이다. /연합뉴스

Advertisement for TEMPIA air conditioning units. Features a large image of a red air conditioner and a bar chart showing energy savings. Text includes '난방기외 에어컨을 1대로...' and '난방비 1/3로 줄었다!'. Contact info: 252-2900, 080-252-7117.

Advertisement for Qingha (청하) instant noodles. Features a large image of a bowl of noodles and a green background. Text includes '신속활장개업' and '일식요리의 명가'. Contact info: 223-7037, 224-5002.