

취임 1년 맞은 광주은행 송중욱 행장

“광주·전남 점유율 3년내 40%로 올릴 것”

수도권 틈새시장 진입 성공적
인터넷·모바일 등 비대면 영업 확대
상반기 당기순익 전년비 7.3% 증가
5대 지방은행 중 재정건전성 1위



지난해 49년만에 자행 출신으로 은행장에 취임한 송중욱 광주은행장이 27일 취임 1주년을 맞았다. 광주은행은 송 행장 취임 후 당기순이익이 전년동기 대비 9.2%, 상반기 누적 7.3% 증가했다. 또 5대 지방은행 중 고정이자비율이 0.66%로 가장 낮아 건전성도 제일 좋은 것으로 나타났으며, 꾸준한 사회공헌 활동을 통해 '2018 한국산업의 브랜드파워' 지방은행 부문 1위에 선정되기도 했다. 오는 11월 20일 50주년을 맞는 광주은행은 송 행장의 노력과 지역민의 성원에 힘입어 광주·전남 대표은행으로서 100년 은행으로의 새로운 출발점에 서 있다.

송중욱 행장은 “지난 1년 고객중심 은행, 진정성을 갖고 한결같은 은행을 지향하고 1700여 임직원 모두가 행복의 은행을 만들겠다는 캐치프레이즈를 실현했다”며 “과거보다 더 진일보한 은행, 지역경제를 생각하고 지역민을 섬기면서 상생·발전하는 은행으로서 초심을 잃지 않겠다”고 강조했다.

다음은 송 행장과 일문일답.
-취임 1주년 소감은.
▲최초의 자행출신 행장으로서 지난 1991년 첫 임명한 마음으로 초심을 다잡았다. 세일즈 퍼스트, 미래 경쟁력 확보, 상생과 동행 세가지 핵심 경영가치에 중점을 두고 고객중심 은행, 직원이 행복한 은행을 만들기 위해 노력했다. 창립 50주년을 맞는 뜻 깊은 해 100년 은행으로 향하는 출발점에서 광주은행의 위상을 더욱 공고히 하겠다.

-JB금융지주와 포괄적 주식교환을 했는데 배경과 실익은.
▲이번 주식교환이 이뤄져도 광주은행은 현재와 같이 독립법인을 유지하면서 JB금융그룹내 주력 자회사로 발달시키는 계기가 됐다. 이를 통해 적기 자본 확충을 통한 자본적정성 제고와 비용절감이 가능해졌다. 지

배구조가 안정된 만큼 장기적 발전을 위한 정책 수립과 추진으로 100년 은행으로의 도약을 준비하겠다.
-지방은행의 한계와 시중은행과의 경쟁에서 생존할 수 있는 방법은.
▲수익원의 다양한 저변을 확대하고, 새로운 성장 동력 확보, 적극적이고 차별화된 경쟁력을 확보해야만 한다. 광주은행만의 방식으로 수도권 틈새시장에 진입해 성공적 영업 영토를 확장하고 있으며, 인터넷과 모바일 등 디지털화 전략 가속화를 통해 지속적인 성장을 꾀하겠다. 현재 광주은행은 광주·전남 자치단체 29곳 가운데 20곳의 금고은행 임무를 수행하고 있는데, 이를 더 확대해 광주·전남 대표은행으로서 위상을 강화해 나가겠다.

-광주·전남 대표은행으로서 지역경제에 기여하는 역할이 중요한데.
▲지역 인재에 대해 전제 채용의 70% 이상을 우리 지역에 할당 선발해 지역 취업난 해소에 기여하고, 고등학교 졸업 이상자를 7급 초급행원으로 채용해 취업문 개량과 채용기회를 확대했다.
-본인만의 경영철학과 100년 은행을 향한 포부는.
▲고객중심경영과 기업의 사회적 역할과 책임이라고 말할 수 있다. 고객이 없으면 광주은행도 없다. 지금까지 광주은행 성장은 지역민의 성원 덕분이다. 고객 중심 사고와 지역민들에게 더 가까이 다가가는 은행, 고객과 함께 상생하고 동행하는 은행으로 만들겠다. 또 뿌리 깊은 항도은행, 기초체력이 강한 은행, 고객이 다시 찾고 싶은 은행, 지역경제를 생각하는 은행, 진심을 담은 사회공헌활동으로 기업의 사회적 책임을 다하는 은행으로 100년을 준비해 나가겠다.

▲어려운 지역경제로 인해 고통받는 지역민과 소상공인, 중소기업의 우산을 뺏는 일은 결코 없을 것이다. 실수요 위주의 가계대출이나 서민, 금융 소외계층에 대한 자금지원과 실질적인 금융혜택을 통해 지역경제 살리기에 최선의 노력을 다하겠다.

-광주·전남의 점유율 확대 방안은.
▲광주·전남의 기반을 더욱 공고히 다지는 고도화 전략과 함께 성장영역지역인 수도권은 미래 먹거리를 위한 신시장 개척 전략을 추진하고 있다. 3년 안에 광주·전남의 점유율을 40%까지 끌어올리겠다. 또 빛가람혁신도시 입주 공공기관 16곳 중 14곳이 광주은행 계좌를 개설해 금융거래 증으로, 신규 거래처 발굴과 거래 강화, 고객 맞춤형 맞춤상품, 지역밀착 강화를 추진하겠다.

-인터넷 은행 출범에 따른 핀테크 및 디지털 경쟁이 치열하다. 광주은행의 대응은.
▲광주은행은 지방은행 최초로 전 영업점 창구에서 PPR 시스템을 시행했다. 각종 신청서를 종이문서에서 전자문서로 대체하면서 고객의 번거로움이 줄었다. 또 스마트뱅킹 이용시 간편 비밀번호 인증 등으로 간편이체 서비스를 시행하는 등 인터넷뱅킹과 스마트뱅킹 고도화에 심혈을 기울이고 있다. 이를 바탕으로 비대면채널 영업을 확대해 성과를 극대화할 계획이다.

-광주은행의 지역인재 채용상황은.
▲지역 인재에 대해 전제 채용의 70% 이상을 우리 지역에 할당 선발해 지역 취업난 해소에 기여하고, 고등학교 졸업 이상자를 7급 초급행원으로 채용해 취업문 개량과 채용기회를 확대했다.

-본인만의 경영철학과 100년 은행을 향한 포부는.
▲고객중심경영과 기업의 사회적 역할과 책임이라고 말할 수 있다. 고객이 없으면 광주은행도 없다. 지금까지 광주은행 성장은 지역민의 성원 덕분이다. 고객 중심 사고와 지역민들에게 더 가까이 다가가는 은행, 고객과 함께 상생하고 동행하는 은행으로 만들겠다. 또 뿌리 깊은 항도은행, 기초체력이 강한 은행, 고객이 다시 찾고 싶은 은행, 지역경제를 생각하는 은행, 진심을 담은 사회공헌활동으로 기업의 사회적 책임을 다하는 은행으로 100년을 준비해 나가겠다.

-광주·전남 대표은행으로서 지역경제에 기여하는 역할이 중요한데.
▲지역 인재에 대해 전제 채용의 70% 이상을 우리 지역에 할당 선발해 지역 취업난 해소에 기여하고, 고등학교 졸업 이상자를 7급 초급행원으로 채용해 취업문 개량과 채용기회를 확대했다.

-본인만의 경영철학과 100년 은행을 향한 포부는.
▲고객중심경영과 기업의 사회적 역할과 책임이라고 말할 수 있다. 고객이 없으면 광주은행도 없다. 지금까지 광주은행 성장은 지역민의 성원 덕분이다. 고객 중심 사고와 지역민들에게 더 가까이 다가가는 은행, 고객과 함께 상생하고 동행하는 은행으로 만들겠다. 또 뿌리 깊은 항도은행, 기초체력이 강한 은행, 고객이 다시 찾고 싶은 은행, 지역경제를 생각하는 은행, 진심을 담은 사회공헌활동으로 기업의 사회적 책임을 다하는 은행으로 100년을 준비해 나가겠다.

-광주·전남 대표은행으로서 지역경제에 기여하는 역할이 중요한데.
▲지역 인재에 대해 전제 채용의 70% 이상을 우리 지역에 할당 선발해 지역 취업난 해소에 기여하고, 고등학교 졸업 이상자를 7급 초급행원으로 채용해 취업문 개량과 채용기회를 확대했다.

-본인만의 경영철학과 100년 은행을 향한 포부는.
▲고객중심경영과 기업의 사회적 역할과 책임이라고 말할 수 있다. 고객이 없으면 광주은행도 없다. 지금까지 광주은행 성장은 지역민의 성원 덕분이다. 고객 중심 사고와 지역민들에게 더 가까이 다가가는 은행, 고객과 함께 상생하고 동행하는 은행으로 만들겠다. 또 뿌리 깊은 항도은행, 기초체력이 강한 은행, 고객이 다시 찾고 싶은 은행, 지역경제를 생각하는 은행, 진심을 담은 사회공헌활동으로 기업의 사회적 책임을 다하는 은행으로 100년을 준비해 나가겠다.

-광주·전남 대표은행으로서 지역경제에 기여하는 역할이 중요한데.
▲지역 인재에 대해 전제 채용의 70% 이상을 우리 지역에 할당 선발해 지역 취업난 해소에 기여하고, 고등학교 졸업 이상자를 7급 초급행원으로 채용해 취업문 개량과 채용기회를 확대했다.

-본인만의 경영철학과 100년 은행을 향한 포부는.
▲고객중심경영과 기업의 사회적 역할과 책임이라고 말할 수 있다. 고객이 없으면 광주은행도 없다. 지금까지 광주은행 성장은 지역민의 성원 덕분이다. 고객 중심 사고와 지역민들에게 더 가까이 다가가는 은행, 고객과 함께 상생하고 동행하는 은행으로 만들겠다. 또 뿌리 깊은 항도은행, 기초체력이 강한 은행, 고객이 다시 찾고 싶은 은행, 지역경제를 생각하는 은행, 진심을 담은 사회공헌활동으로 기업의 사회적 책임을 다하는 은행으로 100년을 준비해 나가겠다.

-광주·전남 대표은행으로서 지역경제에 기여하는 역할이 중요한데.
▲지역 인재에 대해 전제 채용의 70% 이상을 우리 지역에 할당 선발해 지역 취업난 해소에 기여하고, 고등학교 졸업 이상자를 7급 초급행원으로 채용해 취업문 개량과 채용기회를 확대했다.

-본인만의 경영철학과 100년 은행을 향한 포부는.
▲고객중심경영과 기업의 사회적 역할과 책임이라고 말할 수 있다. 고객이 없으면 광주은행도 없다. 지금까지 광주은행 성장은 지역민의 성원 덕분이다. 고객 중심 사고와 지역민들에게 더 가까이 다가가는 은행, 고객과 함께 상생하고 동행하는 은행으로 만들겠다. 또 뿌리 깊은 항도은행, 기초체력이 강한 은행, 고객이 다시 찾고 싶은 은행, 지역경제를 생각하는 은행, 진심을 담은 사회공헌활동으로 기업의 사회적 책임을 다하는 은행으로 100년을 준비해 나가겠다.

-광주·전남 대표은행으로서 지역경제에 기여하는 역할이 중요한데.
▲지역 인재에 대해 전제 채용의 70% 이상을 우리 지역에 할당 선발해 지역 취업난 해소에 기여하고, 고등학교 졸업 이상자를 7급 초급행원으로 채용해 취업문 개량과 채용기회를 확대했다.

한 눈에 보는 경제지표

▲ 코스피 2355.43 (+16.26)	▼ 금리 (국고채 3년) 2.01 (-0.02)
▲ 코스닥 833.01 (+5.17)	▼ 환율 (USD) 1112.50 (-2.80)

유통업체 말로만 상생

판매수수료율 TV홈쇼핑·대형마트·백화점 순으로 높아

유통업체가 납품업체에 부과한 평균 판매 수수료율이 TV홈쇼핑(29.8%), 오프라인 대형마트(21.7%), 백화점(21.6%), 온라인 대형마트(15.8%), 온라인몰(10.9%) 순으로 높았다.

공정거래위원회는 27일 백화점·홈쇼핑·대형마트(온·오프라인)·온라인몰 등 5개 업종 19개사 23개 브랜드의 지난해 판매 수수료율을 조사한 결과, TV홈쇼핑의 실질 수수료율(전체 상품매출액 중 납품업체 부담 수수료 금액 비중)이 29.8%로 가장 높았다. 납품업체가 매출의 3분의 1에 가까운 수수료를 TV홈쇼핑에 줬다는 의미다. 판매 수수료는 납품업체가 납품한 물건의 매출에 대해 유통업체가 일정 비율을 대가로 가져가는 것을 말한다.

이어 대형마트 오프라인(21.7%), 백화점(21.6%), 온라인 대형마트(15.8%), 온라인몰(10.9%) 순이었다. 지난해 7개 백화점 브랜드 평균 실질수수료율은 동아백화점(23.0%)이 가장 높았고 롯데백화점(22.7%)이 뒤를 이었다. 이어 현대 21.9%, NC 21.4%, 신세계 20.6%, 갤러리아 20.2% 등으로 조사됐다.

TV홈쇼핑 7개 브랜드 중에는 CJ오쇼핑(32.1%), NS홈쇼핑(31.9%), 롯데홈쇼핑(31.2%), 현대홈쇼핑(30.4%), GS홈쇼핑(28.8%), 홈앤쇼핑(27.5%), 아임홈쇼핑(22.0%) 등으로 실질 수수료율이

높았다. 오프라인 대형마트 3개 브랜드에서는 이마트(22.2%), 홈플러스(21.7%), 롯데마트(20.9%) 순으로 높았고 온라인 대형마트의 경우 이마트(16.3%), 홈플러스(14.6%), 롯데마트(7.6%) 순으로 높았다.

상품군별 실질수수료율을 보면 건강식품과 라면·모피가 높은 반면, 디지털기기, 대형가전 등에서는 낮은 것으로 나타났다. 백화점의 경우 셔츠·넥타이(27.3%), 여성정장(26.9%), 남성캐주얼(26.3%), 주방용품(25.4%) 등의 순으로 높았고 디지털기기(7.9%), 도서·음반·악기(9.6%), 문구·완구(14.0%), 해외명품(15.2%) 등으로 낮았다.

납품업체의 경우 유통업체에 대해 판매 수수료 외에 인테리어비·관측비 등도 별도로 지급하는데, 지난해 백화점 납품업체의 매장당 인테리어비용 부담액은 평균 5170만원이었다. 가장 높은 업체는 현대백화점(5400만원)이었고 롯데백화점(5350만원), 신세계(3920만원), NC백화점(2500만원) 등이었다.

공정위 관계자는 “이번 조사가 대형 유통업체와 납품 업체를 체결하는 납품업체의 실질적인 협상력 제고에 도움이 되길 기대한다”고 밝혔다.

유통업체가 납품업체에 부과한 평균 판매 수수료율이 TV홈쇼핑(29.8%), 오프라인 대형마트(21.7%), 백화점(21.6%), 온라인 대형마트(15.8%), 온라인몰(10.9%) 순으로 높았다.

공정위 관계자는 “이번 조사가 대형 유통업체와 납품 업체를 체결하는 납품업체의 실질적인 협상력 제고에 도움이 되길 기대한다”고 밝혔다.

유통업체가 납품업체에 부과한 평균 판매 수수료율이 TV홈쇼핑(29.8%), 오프라인 대형마트(21.7%), 백화점(21.6%), 온라인 대형마트(15.8%), 온라인몰(10.9%) 순으로 높았다.

금호타이어, 파키스탄서 로열티 받는다

현지업체와 기술 수출 계약

금호타이어가 수십년간 쌓아온 타이어 기술력을 바탕으로 새로운 수익 모델 창출에 나서면서 관심이 쏠리고 있다.

금호타이어는 27일 서울 사옥에서 파키스탄의 센츨리 엔지니어링 인더스트리즈와 타이어 제조기술 수출 계약을 체결했다.

금호타이어는 이번 계약을 통해 센츨리사에 타이어 제조 전반에 필요한 기술을 오는 2028년 9월까지 10년간 지원하게 된다. 금호타이어는 기술이전료로 초기 500만 달러를 받고 향후 링닝로열티로 매출의 2.5%를 지급 받는 내용도 포함됐다.

기술 이전 대상은 승용차와 상용차 타이어 28개 규격으로 1차 계약기간 종료 후에는 5년 단위로 계약을 갱신할 예정이다. 이번 계약은 국내 업계 최초로 체결된 기술수출 계약으로 향후 개발도상국 시장

진출에 대한 새로운 접근 방식이 될 것이라는 게 금호타이어측 설명이다.

센츨리는 자동차 배터리를 비롯해 주류 배터리 사업을 진행하는 파키스탄의 제조 기업으로, 지난해 5월부터 신규 사업으로 타이어 공장 설립을 추진하는 과정에서 금호타이어의 기술력을 높이 평가해 기술이전을 제안했다.

센츨리의 신규 타이어 공장은 단기적으로 연산 100만 본을 시작으로 최대 500만 본 생산을 목표로 하고 있다.

금호타이어는 단순한 기술이전에 그치지 않고 설계부터, 표준, 품질, 평가에 이르기까지 타이어 제조에 필요한 모든 노하우를 제공할 계획이다.

금호타이어 관계자는 “타이어 제조에만 국한되지 않고 실적 개선을 위해 다각도의 사업 구성과 확대, 발전을 모색하겠다”고 말했다.

롯데백화점 광주점 ‘전자의 거리 살리기’

내달 14일까지 주차장 개방·사은품

롯데백화점 광주점은 ‘코리아세일페스타’를 맞아 광주시 동구 대인동 ‘전자의 거리’의 옛 명성을 되찾기 위한 지원에 나선다고 27일 밝혔다.

전자의 거리 상가는 광주지역 전자제품 ‘쇼핑 1번지’로 불리며 호황을 누렸으나 최근 문을 닫는 점포가 늘고 매출도 10분의 1 수준으로 급감하는 등 불황을 겪고 있는 실정이다.

이에 따라 롯데백화점 광주점은 이날부터 10월 14일까

지 전자의 거리를 찾는 고객들에게 평일 주차장을 개방하고, 전자의 거리에서 구매한 영수증을 지참한 고객을 대상으로 무료 감사품을 증정한다. 비비이공연과 난타공연, 전자의 거리 가요제 등 정기적인 행사를 열고 볼거리를 제공해 고객을 유도할 예정이다.

여기에 상인들을 대상으로 서비스와 판매기법, 디스플레이 등 백화점이 갖고 있는 노하우를 재능기부 형식으로 직접 전수하는 등 전자의 거리와의 꾸준한 상생을 통해 구도심 활성화에도 기여할 계획이다.

박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



더불어 사는 삶을 위하여-

부동산 투자!
오천경매와 함께 하면 성공합니다!

(주)오천경매 최 선 규 H.P 010-3605-5000