

# 환경 정비·간편 결제...6개월만에 확 바뀐 남광주시장

### 71개 매장 '제로페이' 가입, 가격·원산지 표시 '불신' 걷어내 구획선 지키기·인도 확보·청경 운동...민고 찾는 시장 대변신

광주시 서구 풍암동 김미연(43)씨는 남광주시장을 즐겨 찾는다. 새벽시장을 찾아 겨울철 별미인 꼬막, 굴, 매생이 등 각종 신선한 수산물을 저렴한 가격에 구입해 요리해 먹는 재미, 시장 국밥집 골목을 돌아다니며 국밥·순대·튀김 등을 골라먹는 맛이 쏠쏠하다.

광주의 대표적 수산물 시장이라는 명성에도, 비좁고 비위생적 환경, 불편한 지불시스템 등이 마음에 걸려 찾는 것을 꺼렸지만 정부의 '전통시장 희망프로젝트 사업'으로 몰라보게 바뀐 뒤로는 매주 두 세 번씩 찾는 단골이 됐다.

시장 입구와 양립로를 사이로 늘어난 89개의 수산물 취급 점포는 새벽시장이어는 시각부터 늦은 오후까지 손님들의 발길이 끊이지 않는다.

광주시 동구 남광주시장이 시민들을 끌어들이는 재래시장으로 변신했다. 지난해 7월부터 불과 6개월만에 바뀐 놀라운 변화라는 점에서 눈길을 끈다.

당장, 불편하고 비위생적이던 환경이 산뜻하게 바뀌면서 백화점 매장을 돌듯 시장을 여유있게 거닐며 물건을 사는 시민들이 많아졌다는 게 상인들 설명이다.

예전 바닥에 대충 물건을 늘어놓거나 인도와 차도까지 남나들며 기존 바닥에 상품을 진열한 모습은 찾아보기 어려워졌다. 상인들 상인들 좌판으로 점령당하면서 차랑이 지

나다니기 버거웠던 시장 주변 2차로 도로가 뺄 뺄렸고 시장을 찾은 손님들이 거닐 인도도 확보됐다.

상인회가 나서 점포 간 구획선 지키기·인도 확보, 청결운동 등을 펼치기 시작한 데다, 상인들도 적극 협조하면서 분위기가 달라졌다고 한다.

손승기 남광주시장 상인회장, 이호준 남광주시장 특성화첫걸음시장육성사업단 매니저, 장복수 단장 등이 하루가 멀다하고 시장 내 224개 상인과 점포를 찾아다니며 도로 곳곳에 널부러진 좌판과 인도를 점령했던 물건들을 치우자며 줄기차게 설득하고 나선 게 한몫을 했다. 상인회는 지난해 '3대 서비스 혁신 실천 결의대회'를 갖고 시장 경쟁력을 키워 자생력을 강화하기 위한 활동을 벌여왔다.

'불안'했던 환경도 확 바뀌었다. 허름하던 시장 입구 580여평의 건물 주인을 설득, 리모델링해 단장했고 시장 주변으로 침 덩굴처럼 얽혀있던 노전 위험마져 있던 전선·소화시설들도 말끔하게 정비했다. 상인들 스스로 소방·안전 점검도 지속적으로 실시하고 응급 구호 장비도 설치해 민고 찾아올 시장으로 만들어졌다. 상인들은 이제 도시가스를 설치, 손님들이 믿고 찾아오는 시장으로 변신도 준비중이다.

'불신'을 받던 환경도 걷어냈다. 상품 가격과 원산지를 분명하게 표시하는 것은 기본. 편리한 지불시스템을 구축하기 위해 신용카드 뿐 아니라 '제로페이' 서비스도 앞장서 운영하기 시작했다. 남광주시장 입구에서 '완이수산'을 운영하는 구순자씨는 "제로페이는 상인들 수수료 부담이 전혀 없고 결제 대금이 즉시 이체돼 영업에 도움이 된다"고 말했다.

제로페이는 스마트폰 간편결제를 통해 소상공인의 결제수수료 부담을 0%까지 낮춘 것으로, 남광주시장 내 71개 매장이 가맹점으로 등록된 상태다. 상인회는 시장 상인들의 가맹점 가입을 독려하기 위해 점포를 돌며 신청·사용 방법을 안내하는 한편, 경품 이벤트도 진행중이다.

중기부도 전국 각 지역에 유동인구가 많고 소상공인 점포가 밀집한 핵심 상권을 대상으로 제로페이 가맹점을 모집중이다.



차랑이 지나다니기 버거웠던 시장 주변 2차로 도로도 인도 확보,도로 구획선 지키기 운동 등으로 뺄 뺄렸.

본. 편리한 지불시스템을 구축하기 위해 신용카드 뿐 아니라 '제로페이' 서비스도 앞장서 운영하기 시작했다. 남광주시장 입구에서 '완이수산'을 운영하는 구순자씨는 "제로페이는 상인들 수수료 부담이 전혀 없고 결제 대금이 즉시 이체돼 영업에 도움이 된다"고 말했다.

제로페이는 스마트폰 간편결제를 통해 소상공인의 결제수수료 부담을 0%까지 낮춘 것으로, 남광주시장 내 71개 매장이 가맹점으로 등록된 상태다. 상인회는 시장 상인들의 가맹점 가입을 독려하기 위해 점포를 돌며 신청·사용 방법을 안내하는 한편, 경품 이벤트도 진행중이다.

중기부도 전국 각 지역에 유동인구가 많고 소상공인 점포가 밀집한 핵심 상권을 대상으로 제로페이 가맹점을 모집중이다.

상인들도 직접 팔을 걷어붙이고 나섰다. 시장에서 잔뼈가 굵은 터줏대감들이 '더 잘 파는 법'을 배우겠다며 상인회가 마련한 역량 강화 아카데미 교육장을 찾았고 취약한 시설을 개선하고 보완하는 데 팔을 걷어붙였다. 남광주시장은 한발 더 나아가 단기, 중·단기 과제를 설정해 문화관광형 시장(2019-2020년)을 거쳐 오는 2021년 이후 지역 대표 거점시장으로 거듭나겠다는 복안을 마련한 상태다.

손승기 남광주시장 상인회장은 "상인들 스스로 의식을 바꾸고 시장 경쟁력을 키워야 남광주시장을 찾아오는 소비자들이 늘어난다"면서 "신선한 먹거리가 풍부한 시장, 편리하고 믿을 수 있는 시장이 될 수 있도록 만들어 나갈 것"이라고 말했다.

/김지을 기자 dok2000@kwangju.co.kr



각 점포마다 바닥에 상품을 진열했던 탓에 보행이 불편했던 시장 통행로가 상인들의 자발적인 노력으로 개선됐다.

## 전·월세 거래도 실거래가 신고 의무화 추진

### 정부 이르면 상반기중 법개정 주택 임대차시장 대변화 예상

정부가 전·월세 거래도 실거래가 신고를 의무화하는 방안을 추진한다.

국토교통부 고위 관계자는 "전·월세도 매매거래처럼 실거래 내역을 정확하게 파악할 수 있도록 전월세 신고제 도입하는 방안을 검토하고 있다"고 21일 밝혔다.

주택 매매 거래에 대한 실거래가 신고 제도는 지난 2006년 도입돼 양도소득세와 취득세 등 실거래가 기반의 과세 체계를 구축하는데 성공했다.

그러나 임대차 거래에 대해서는 이런 신고 의무가 없어 정부가 모든 전월세 정보를 확인하는 것이 사실상 불가능했다.

한국감정원이 주택임대차정보시스템(RHMS)을 통해 전월세 거래 미신고 임

대주택의 특성을 분석한 결과, 지난해 8월 기준 임대 목적으로 사용하는 주택 673만 가구 가운데 임대현황을 파악할 수 있는 주택은 22.8%(153만가구)로 전체 임대주택 중 4분의 1에도 못미쳤다.

나머지 77.2%(520만가구)는 임대차 신고가 이뤄지지 않아 거래 내역을 확인할 수 없는 실정이다.

국토교통부는 이에 따라 임대차(전월세) 거래에 대해서도 일정 기간내에 실거래가 신고를 의무화하기로 하고, 의원입법 형태로 부동산 거래신고 등에 관한 법률 개정을 추진할 계획이다.

국토부는 법 개정 속도를 높이기 위해 이르면 상반기중 의원입법 형태로 개정안을 발의해 법제화에 나설 방침이다.

신고 대상은 주택으로 한정하고 오피스텔이나 고시원 등 비주택은 신고 의무 대상에서 제외할 것으로 알려졌다.

국토부 관계자는 "최근 발생하는 역전세

난 등에 따른 임차인 보호와 취약계층 지원 정책 수립을 위해서도 임대차 정보를 확대할 필요가 있다"고 말했다.

전문가들은 제도가 시행되면 주택 임대인의 월세 수입에 대한 과세가 가능해지는 만큼 매매 실거래가 신고제 도입(2006년) 못지않게 임대차 시장의 변화를 불러올 것으로 예상하고 있다.

임대인 또는 중개인에게 모든 임대차 거래에 대한 신고 의무가 부여됨에 따라 계약서 작성부터 임대료 책정 방식, 세입자 관리, 수리비 부담 주체 등 지난 수십년간 이어온 일체의 임대차 관행도 달라질 것으로 전문가들은 예상한다.

국토부는 조만간 구체적인 세부 시행 방안을 확정할 방침으로, 서울 등 특정 지역에 대해서 시범적으로 시행한 뒤 지방 등으로 점차 확대할지, 소액 보증금과 서민 주택에 대해서는 신고 의무를 제외할지 여부 등을 논의 중이다. /연합뉴스

### 지난달 광주 아파트 매매 1744건 40대가 가장 많아... 531건 매입

지난달 광주지역 아파트를 가장 많이 구입한 연령대는 40대인 것으로 조사됐다. 21일 한국감정원에 따르면 지난달 아파트 매매 거래 현황을 연령대별로 분석한 결과, 광주지역 1744건의 아파트 매매 중 40대가 531건(30.4%)을 매입해 가장 많았다.

부동산 규제 강화 등에도 자녀 취학, 갈아타기 수요 등으로 40대의 주택 구입이 상대적으로 많았던 것으로 부동산업계는 분석하고 있다.

30대가 40대에 이어 아파트를 많이 구매한 것으로 집계됐다. 30대의 매입 비중은 23.3%(406건)였다.

이어 50대가 341건(19.6%)으로 뒤를 이었고 60대 199건, 70대 102건, 20대 이하 96건 등의 순이었다.

광주지역 5개 자치구 모두 40대 매입 비중이 가장 컸다. /김지을 기자 dok2000@kwangju.co.kr

## 광주·전남에 가맹점 1만4495개

가맹 브랜드 6000개 넘어서  
가맹점수 美보다 1.6배 많아

광주·전남에 1만4495개의 가맹점이 운영중인 것으로 나타났다. 공정거래위원회가 21일 가맹본부가 등록한 정보공개서를 토대로 '2018년 기준 가맹산업 현황'을 분석한 결과, 전체 가맹 브랜드 수는 6052개로 사상 처음 6000개를 넘어섰다.

브랜드를 관리하는 가맹본부가 4882개, 가맹본부에 가입한 가맹점(이하 가맹점 수는 2017년 말 기준)은 전국에 24만3454개에 달했다. 인구가 3억명에 이르는 미국(가맹본부 3000개)보다 1.6배, 인구 1억명의 일본(1339개)에 비해서는 3.6배 많은 것이다. 다만 그 증가율은 점차 감소 추세다.

가맹점 수로는 외식업이 11만7202개(48.1%)로 가장 많았고 편의점 등 도소매업(7만1230개·29.3%), 서비스업(5만5022개·22.6%) 순이었다.

치킨 가맹점이 2만4602개로 외식업 가맹점 중 가장 많았고 한식(1만8934개)·기타 외식(1만5736개)·커피(1만3931개)·분식(8495개) 순이었다.

도소매업 상위 5개 업종은 편의점(4만170개)·화장품(4373개)·식품(1978개)·종합소매점(1115개)·농수산물(305개) 순이었다.

광주의 경우 가맹점은 외식(3352개), 서비스업(2080개), 도소매업(1662개) 등 7094개가 운영중이며 전남은 외식(3789개), 서비스업(1958개), 도소매업(1654개) 등 7401개가 들어선 것으로 조사됐다.

브랜드를 가장 많이 가지고 있는 가맹 본부는 백종원씨가 대표인 다본코리아(20개)였다. /김지을 기자 dok2000@

# 그린궁 HOME 프라임에버 120

GREEN GOONG PRIME EVER 120

다시 맞이하는  
빛나는 아름다운 여성의  
건강한 봄날을 위하여!



그린궁홈프라임에버120은 소중한 여성의 피부 건강과 저하된 면역력을 증진시켜 주며 장 건강 그리고 뼈 건강에 도움을 주어 활력있는 여성의 아름다운 건강을 위한 여성 건강기능식품입니다.

소비자상담실 080-234-6588

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.

