

매출채권보험 영세 기업에겐 '그림의 떡'

“보험료 부담”...지역 가입 건수는 4년 간 매년 증가 2년간 정부 출연금 '0원' ...공적보험 적극 지원을

경기불안 속에서 광주·전남 중소기업의 매출채권보험 가입 수요는 꾸준히 늘고 있지만 보험료 부담 등의 이유로 올해 가입업체가 1000곳이 채 되지 않는 것으로 나타났다.

코로나19 사태 장기화로 인한 중소·중견기업의 줄도산 우려가 커지는 가운데 정부 출연 등 안정적인 재원 확보 방안이 시급하다는 지적이다.

1일 신용보증기금 호남영업본부에 따르면 올해 1월1일~9월30일 지역 매출채권보험 가입 건수는 광주 368건·전남 362건 등 729건으로 집계됐다.

이 기간 동안 광주지역 매출채권보험 가입 건수는 1년 전(352건) 보다 16건(4.5%) 증가했다. 보험 가입금액(인수금액)도 4646억원에서 4803억원으로 157억원(3.4%) 늘었다. 이는 코로나19로 인한 경기침체로 지역 중소기업이 매출채권 회수위험이 커질 것을 우려하기 때문이라고 신보 측은 설명했다.

지난해 기준 광주지역 인수금액 규모는 전국(20조1442억원)의 2.8% 비중을 차지하고 있다.

매출채권보험은 외상으로 물건을 판 중소·중견기업이 구매기업의 채무불이행으로 외상대금을 받지 못하는 손실이 발생할 경우, 외상값의 최대 80%를 보장받는 공적보험이다. 신용보증기금이 중소벤처기업부로부터 수탁받아 실시하고 있다.

광주 매출채권보험 가입 규모는 2017년 404건(가입금액 5228억원), 2018년 438건(5581억원), 2019년 472건(5592억원) 등 매년 증가하고 있다.

전국 신보 매출채권보험 인수총액 규모도 2017년 19조6977억원에서 2018년 20조1605억원, 2019년 20조1442억원 등 연 평균 20조원을 넘겼다.

올해 매출채권보험 가입 기업의 대다수는 연 매출이 100억원이 넘지 않았다.

9월 말 기준 연 매출액 100억원 이하 기업이 차지하는 비중은 광주 73.6%(270개사), 전남 81.5%(295개사)였다.

매출액 구간별로 가입 비중을 살펴보면 광주는 ▲100억원 초과~500억원 이하 22.9%(84개사) ▲500억원 초과~1000억원 이상 1.9%(7개사) 등으로 나타났다.

전남은 ▲100억원 초과~500억원 이하 16.9%(61개사) ▲500억원 초과~1000억원 이상 0.3%(1개사) 등이었다. 매출 1000억원이 넘는 가입 업체는 광주 6개사(1.6%)·전남 5개사(1.4%) 뿐이었다.

업종별로 보면 광주는 도소매 업체가 가장 많이 가입했고, 전남은 제조업체가 과반수를 차지했다.

광주지역에서 매출채권보험에 가입한 도소매 업종은 197개사로, 전체의 53.7% 비중을 보였다. 제

조업은 35.4%(130개사)였고, 기타 10.9%(40개사)가 있었다.

전남은 이와 반대로 제조업체가 185개사로, 절반 이상(51.1%)이었다. 이어 도소매업 30.6%(111개사), 기타 18.2%(66개사) 순이었다.

광주지역에서 지난 3년 동안(2017~2019년) 매출채권보험을 통해 지급된 평균 보험금은 5300만원 정도로 집계됐다.

지난 2017년에는 광주지역 29개 업체가 14억원을 보상받았고, 2018년에는 17개사 14억원, 2019년 34개사 20억원을 지원받았다.

올해 9월 말 기준으로 광주 중소기업 지원 건수는 17건으로, 총 7억원 상당(평균 4100만원)을 받았다.

신용보증기금 매출채권보험 가입 수요가 꾸준히 늘고 있지만 보험료 부담 등의 이유로 영세 기업들의 보험 가입은 여전히 원활하지 않다는 지적이 나

온다.

보험료는 보험가입매출채권의 0.1%에서 최대 10% 정도로 산정된다. 보험료율은 해당 업체의 신용등급과 결제기간 등에 따라 다르다.

국회 정무위원회 소속 홍성국 더불어민주당 의원은 “증가하는 기업들의 가입수요와는 반대로, 정부 출연금은 3년 전 1200억 원 수준에서 2018년부터 지난해까지 '0원'으로 증명했고 올해는 가까스로 확보한 추경예산을 포함해 280억 원 규모의 출연금만 지원됐다”며 “기초체력이 약한 중소·중견기업 대상의 공적보험 영역을 과감히 지원해야 한다”고 말했다.

한편 신보 호남영업본부와 광주시는 지난 6월 업무협약을 맺고 올 연말까지 광주 소재 중소기업이 매출채권보험에 가입할 경우 보험료의 50%(최고 300만원)를 지원한다.

백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



‘홀트’ 복장도 완벽하게

1일 ㈜광주신세계 직원이 본관 5층에 새로 문을 연 ‘위트’ 매장에서 ‘애슬레틱’(운동)과 ‘레저’(여가)를 합친 애슬레저 의류를 선보이고 있다. 이 매장은 오는 22일까지 모든 구매고객에 마스크를 증정하고 금액에 따라 사은품을 준다.

〈광주신세계 제공〉

로또복권 (제935회)

당첨번호						2등 보너스숫자	
4	10	20	32	38	44	18	
등위						당첨금(원)	당첨자수
1	6개 숫자일치					1,711,055,424	13
2	5개 숫자 + 보너스숫자일치					30,894,057	120
3	5개 숫자일치					1,263,992	2,933
4	4개 숫자일치					50,000	134,376
5	3개 숫자일치					5,000	2,118,071

광주 소비 3개월 연속 ‘마이너스’...9월 감소폭 ‘전국 최고’

전남 석 달 만에 감소세

사회적 거리두기 강도가 2단계 이상이었다던 지난 9월 광주지역 소비 감소 폭이 전국에서 가장 높은 수준이었던 것으로 나타났다.

광주 소비는 3개월 연속 ‘마이너스’(-) 성장을 했고, 전남지역도 9월 들어 다시 감소세로 돌아섰다.

하지만 10월 들어 코로나19 방역지침이 완화되고 각종 소비 촉진행사가 열리면서 지역 상권이 회복세를 보이는 듯 하면서 이 지표는 반등할 것으로 보인다.

1일 호남지방통계청 ‘9월 광주·전남 산업활동동

향’에 따르면 이 기간 대형소매점 판매는 1년 전보다 광주가 6.9%, 전남은 3.2% 감소했다.

전국 대형소매점 판매는 7개월 연속 전년 대비 감소세를 보이다 9월 들어 0.4% 증가했다.

17개 시도 가운데 광주는 울산(-7.1%)에 이어 전국에서 두 번째 감소 폭을 나타냈다.

광주에 이어서는 경남(-6.5%), 대전(-5.7%), 충북(-3.9%), 전남(-3.2%), 전북(-2.3%), 경북(-2.2%), 충남(-0.8%) 등 순으로 감소 폭이 컸다.

나머지 세종(23.9%)와 인천(4.8%), 부산(3.4%), 제주(2.8%), 경기(2.2%), 대구

(1.1%), 서울(0.9%) 등은 지난해보다 판매액이 증가했다.

광주는 지난 2월(-16.6%)과 3월(-20.5%) 크게 소비가 줄었지만 3.6%(4월)→4.0%(5월)→2.1%(6월) 소폭 증가해왔다.

하지만 코로나19가 재유행한 7월(14.7%)과 8월(-5.8%)에 이어 9월(-6.9%)까지 석 달 연속 소비가 줄었다. 지난 달 광주지역 백화점 판매는 13.3%, 대형마트는 0.1% 줄었다.

전남 9월 소비도 3.2% 줄면서 석 달 만에 감소세로 돌아섰다.

백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

광주은행 목포사랑카드 ‘사랑 받았다’

3개월간 24억원 이용

광주은행(은행장 송종욱)은 지난 7월 출시한 카드형 지역화폐 ‘목포사랑카드’를 석 달 동안 3800여 명이 24억원 상당 이용했다고 1일 밝혔다.

한 명당 사용한 금액은 63만원 정도다. 광주은행은 목포사랑카드 발급자를 대상으로 경품행사를 벌여 3800여 명 가운데 413명을 추첨해 목포사랑카드 등 경품을 지난 29일 전달했다.

1등 1명에게는 100만원 상당 목포사랑카드, 2등 목포사랑카드 50만원(2명), 3등 목포사랑카드 10만원(10명), 4등 GS25편의점 기프티콘 5000원권(400명)을 증정했다.

목포시와 광주은행은 지난해 7월 업무협약을 맺고 지역 자금의 역외 유출을 막고 골목 상권을 활성화하고자 목포사랑카드를 출시하기로 했다.

올해 7월 카드가 나오면서 광주은행 목포지역 7개 영업점과 무안지역 2개 영업점이 발급 업무를 맡았다.

목포사랑카드는 별도로 현금 구매하거나 충전할 필요 없이 본인 명의의 광주은행 계좌와 연결해 체크카드로 사용할 수 있다.

매월 50만원 한도 안에서 이용액 10%를 돌려주는 ‘캐시백’(연말 예산소진까지)을 제공할 뿐만 아니라 ▲전통시장 가맹점에서 이용시 0.2% 캐시백 ▲슈퍼·편의점, 이·미용업종, 영화업종, 커피업종, 교통업종 등에서 이용금액의 5% 캐시백 ▲주유업종에서 리터당 50원 캐시백 혜택 등을 받을 수 있다.

백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

삼성전자 상업용도 ‘맞춤’

비스포크 에어컨 선보여

삼성전자는 비스포크(BESPOKE) 상업용 스탠드 에어컨을 선보인다고 1일 밝혔다.

삼성전자는 지난해 비스포크 냉장고를 선보인 이후 직화오븐과 전자레인지, 식기세척기, 인덕션 등 다양한 가전에 비스포크 컨셉을 적용했다. 이번 신제품 역시 상업용 제품으로는 처음 비스포크 컨셉이 처음 적용됐다.

기존 보편적인 디자인과 색상에서 벗어나 ‘프라이밍 핑크’와 ‘콰이어트 그레이’, ‘세이지 블루’ 등 파스텔톤 색상이 적용됐으며, 카페나 음식점, 사무실 등 상업 공간에 맞춰 인테리어를 적용할 수 있다.

이번에 선보인 에어컨은 한대로 냉·난방이 가능하다고 삼성전자는 설명했다.

삼성전자 관계자는 “상업용 에어컨도 가정용처럼 공간 인테리어에 맞는 디자인에 대한 소비자들의 요구가 많았다”며 “기능에 디자인까지 더해져 매장이나 사무실 등 상업 공간의 품격을 높일 수 있을 것”이라고 말했다.

백기용 기자 pbxer@kwangju.co.kr

이진 장편소설

허균, 불의 향기

한글 문학의 뛰어난 성취인 '홍길동전'의 작가 허균
그에 대한 헌사가 소설 '허균, 불의 향기'로 피어나다.

역사적 사료 이면에 드리워진 진실을
이진 작가는 특유의 방식으로 탐색하고 풀어낸다.

출판사 : 국학자료원 새미(주) 02-442-4623

-작가의 말
“허균과 함께 한 지난 몇 년은 참으로 충만했다. 넓어지고 깊어지고 풍성해졌다. ‘사람들이 내 시를 보면 이것은 허균의 시다라고 말해주면 좋겠다’던 허균의 당당한 바람까지도 나의 것이 되었다. 이젠 그 충만감을 다른 이들과 나눌 때가 된 듯하다. 혼자만 누리기엔 그가 너무 크다.”

-추천사
“휘몰아치는 강렬한 서사, 한 편의 영화를 보는 듯한 탁월한 이미지, 영롱하게 반짝이는 시적인 문장, 소름 돋는 전율에 취해 눈을 떼지 못하고 읽어내렸다. 조선이 버린 인물 허균이 이 소설을 통해 21C 대한민국에서 새롭게 탄생한다. 이름을 부르면 금방이라도 달려올 것 같은 생동감 넘치는 인물들과 함께.”
- 함진원 시인

저자 이진

이진 장편소설

하늘 꽃 한 송이, 너는

조선 최고의 여성 시인이자
조선 최초 한류를 일으킨 주인공 허남설현
슬프고도 아름다운 일생이 그녀의 품중의 시선으로 그려지다.

소설 '하늘 꽃 한 송이, 너는'(북치는 마을)은
스물일곱 꽃다운 나이에 세상을 떠난 천재 시인 허남설현을
오늘 시대에 새롭게 되살려낸다.

소설가이자 문학박사. 목포대 강사와 광주여대 교수 역임.
소설 집 : '창', '알레그로 마에스토소', '꿈지를 위한 방법 서설'
장편소설 : '하늘 꽃 한송이, 너는', '허균, 불의 향기' 등