

광주·전남 자영업자들 주담대 끌어다 '빚 돌려막기'

3분기 가계대출 증가세...광주 6분기, 전남 2분기 연속 늘어 전국 기준 전분기 대비 18조원 증가, 2000조 육박 역대 최대

광주·전남지역 가계대출이 3분기에도 증가세를 이어갔다. 광주는 지난해 2분기부터 6분기 연속, 전남은 2분기째 상승세다. 특히 수도권과 달리, 극심한 경기침체를 버티내고 있는 자영업자 등 서민들이 주택을 담보로 한 대출을 통해 자금을 해소하려는 움직임 때문에 증가하고 있는 것으로 보인다. '빚 돌려막기'로 버티던 자영업자 등이 기업대출이 불가능해지면서 마지막 '주담대'까지 끌어다 쓰고 있다는 것으로, 적극적인 대책 마련이 요구되고 있다.

19일 한국은행 경제통계시스템(ECOS)에 따르면 광주시 예금은행 가계대출액은 올 3분기 기준 21조 7243억원으로 전분기 대비 2431억원 증가했다. 광주지역의 가계대출 증가세가 장기화되는 것은 주택담보대출(주담대)이 견인했다. 기타대출은 전분기 대비 감소한 반면, 주담대는 지속 증가하고 있다는 점에서다. 광주시 예금은행 주담대는 13조 7408억원(2023년 1분기)→14조 1038억원(2023년 3분기)

→15조 1471억원(2024년 1분기)→16조 1797억원(2024년 3분기) 등 6개월마다 1조원씩 불어나고 있다. 전남 역시 상황은 같았다. 올 3분기 전남 예금은행 가계대출액은 10조 4491억원으로 전분기보다 4092억원 증가했다. 전남 가계대출 증가세 역시 주담대 증가가 주원인으로, 전남 예금은행 주담대는 6조 2518억원(2023년 4분기)→6조 3149억원(2024년 1분기)→6조 4859억원(2024년 2분기)→6조 9119억원(2024년 3분기) 등 매분기 상승폭을 늘려가고 있다. 광주·전남지역 주담대 증가는 불경기에도 지속되고 있는 건축 아파트 등의 일정 거래량과 더불어

자영업자들의 경제 상황 악화로 인한 것으로 분석된다. 한국은행 광주전남본부 관계자는 "코로나19 여파로 인해 '빚 돌려막기'로 버티고 버티던 지역 자영업자 등이 기업대출 등이 불가능해지는 상황까지 이르게 되면서, 주담대로 눈을 돌린 것으로 추정된다"고 설명했다. 이어 "특히 광주시의 경우 지역 특성상 특별한 산업보다도 자영업의 비중이 높은 만큼, 주담대의 상승세가 장기화되고 있는 것으로 보인다"고 덧붙였다. 전국 기준 가계대출도 수도권을 중심으로 '주택 구입' 열기가 잇따르면서 주담대를 중심으로 증가세를 보이고 있다.

한국은행이 19일 발표한 '2024년 3분기 가계신용(잠정)'에 따르면 지난 9월말 기준 가계신용 잔액은 1913조 8000억원으로 전분기(1895조 8000억원) 대비 18조원 증가했다. 지난 2022년 4분기 관련 통계가 작성된 이후 역대 최대 기록이다. 가계신용은 올 1분기 3조 1000억원 감소했지만, 증가 전환해 2분기 연속 증가하고 있다. 증가폭도 지난 2분기 13조 4000억원에서 3분기 18조원으로 점점 커지고 있다. 다만, 은행들이 가계대출 관리에 나서고 있고, 지난 9월 금융당국이 2단계 스트레스 총부채원리금상환비율(DSR) 규제를 시행한 만큼 오는 4분기에는 가계대출 증가세가 둔화될 것이라는 전망도 나온다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

광주은행 창립 56주년 맞아 '역대 은행장 초청 간담회'

100년 은행 발전 방향 등 논의

광주은행은 19일 서울시 영등포구 63스퀘어에서 창립 56주년을 맞아 '역대 은행장 초청 간담회'를 개최했다. (사진) 간담회에는 고병일 광주은행장, 임종대(8대), 정태석(9대), 송기진(10대), 김장학(11대), 김한(12대), 송종욱(13대) 등 역대 광주은행장들이 참석했다. 간담회에서는 광주은행의 미래 발전 방향을 논의하고, 조언을 듣는 자리가 마련됐다. 역대 광주은행장들은 "최근 글로벌 금융시장 불확실성에 따른 경제적 변동성이 커진 만큼, 어려운 경영환경에 대처해" "어려운 시기일수록 고객들에게 안정적인 금융 서비스를 제공하고, 장기적 관점에서 광주은행의 성장동력을 구축하는 것이 가장 중요하다"고 조언했다. 이어 "광주·전남 대표 은행으로 거듭날 수 있도록 최선을 다할 것"을 당부했다.



고병일 광주은행장은 "광주은행은 앞으로도 지역민과 소상공인들에게 안정적인 금융지원을 통해 지역경제 활성화를 이끌어낼 수 있도록 노력하겠다"며 "역대 은행장님들께서 살아 오신 견고한 기반을 바탕으로, 지역민과 고객님들께 가장 사랑받고 신뢰받는 100년 은행으로 성장하기 위해 최선을 다하겠다"고 말했다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

HD현대삼호 골리앗 크레인 '세계일류상품'

산업부 55개 품목·60개 기업 선정

HD현대삼호(주)가 생산하는 선박 건조용 골리앗 크레인(사진)이 올해 세계일류상품으로 선정됐다. 19일 산업통상자원부에 따르면 HD현대삼호는 이날 서울 롯데호텔월드에서 열린 '2024년도 세계일류상품 인증서 수여식'에서 생산기업 인증서를 받았다. 세계일류상품은 세계 시장 점유율 5위 이내 또는 5% 이상인 '현재 일류상품'과 앞으로 세계 시장을 주도할 가능성이 있는 '차세대 일류상품'으로 나뉜다. 올해 선정된 상품은 55개 품목, 60개 기업으로, 이 가운데 현재 일류상품은 14개(기업 15곳), 차세대 일류상품은 41개(기업 45곳)다. 선박 건조용 골리앗 크레인은 조선소 도크에 설치하여 선박을 건조할 때 사용하는 크레인인 것으로, 현재 일류상품으로 꼽혔다. 현대삼호는 세계시장 2위의 생산기업이다. 현대삼호가 만드는 '다들트릴러 컨테이너크레인'도 현재일류상품에 이름을 올렸다. /김지을 기자 dok2000@kwangju.co.kr



산업부는 지난 2001년부터 세계일류상품을 선정, 세계 시장을 선도하는 수출 유망기업을 발굴하고 해외 마케팅 등을 지원하고 있다. 올해까지 선정된 세계일류상품은 총 974개, 생산기업은 194곳이다. /김지을 기자 dok2000@kwangju.co.kr

외국계 유통·명품업체 거액배당 챙기고 기부는 쥐꼬리

코스트코·DH·루이비통 등 영업이익 대부분 본사 송금

외국계 유통·명품업체가 한국에서 천문학적인 수익을 올리면서도 사회 기여를 비롯한 상생 활동은 외면한다는 지적이 되풀이되고 있다. 19일 미국계 창고형 할인점 코스트코의 한국 법인인 코스트코코리아가 공시한 감사보고서를 보면 이 회사는 이번 회계연도(2023년 9월~2024년 8월) 영업이익이 2186억원으로 지난 회계연도(1887억원)보다 15.8% 증가했다. 해당 기간 매출은 6조678억원에서 6조 5301억원으로 7.6% 늘었고 당기순이익은 1417억원에서 2240억원으로 58.1% 급증했다. 코스트코는 '역대급' 호실적 속에 미국 본사에 대한 고배당 기조를 유지했다. 이번 회계연도 코스트코코리아의 배당 예정액은 1500억원으로, 당기순이익 대비 배당금

비율을 뜻하는 배당 성향은 67.0%에 이른다. 배당금은 전액 코스트코코리아 지분 100%를 보유한 미국 코스트코 홀세일 인터내셔널로 넘어간다. 유통업계 최고 수준의 이익과 배당을 챙겨가면서도 사회 기여도는 미미하다. 이번 회계연도 코스트코코리아의 기부액은 12억 2000만원으로 지난 회계연도(11억 8000만원) 대비 불과 3.5% 늘었다. 미국 본사가 가져갈 배당액의 1%에도 못 미치는 액수다. 코스트코는 경쟁사에 비해 고용 규모도 크지 않다. 1998년 설립된 코스트코코리아가 현재 한국에서 운영하는 매장 수는 19개, 임직원 수는 7351명이다. 코스트코와 연 매출 규모가 비슷한 홈플러스가 약 2만명을 고용한 것과 대비된다. 다른 외국계 업체도 같은 행태를 반복하고 있다. 대표적으로 국내 배달업계 1위 배달의민족을

운영하는 우아한형제들의 독일 모기업인 딜리버리히어로(DH)는 지난해 4127억원을 배당금으로 가져갔다. 순이익의 81.5%에 달하는 금액이다. 그러면서도 기부금은 2022년 7720만원에서 지난해 1억2500만원으로 2500만원가량 올리는 데 그쳤다. 세계적인 명품업체도 인색하기는 마찬가지다. 프랑스 명품 브랜드 에르메스는 지난해 한국 법인에서 챙겨간 배당금이 1450억원으로 전년(750억원) 대비 2배로 늘었지만, 기부액은 5억 6117만원에서 5억 5319만원으로 줄었다. 프랑스 브랜드 디올도 2426억원의 배당금을 챙겼으나 국내 기부금은 전년 대비 300만원 증가한 1920만원에 그쳤다. 루이비통은 2022년 배당금으로 2800억원을 받아 갔고 지난해엔 중간 배당으로 1000억원을 챙겼지만 2년 내내 한 톨도 기부하지 않았다. /연합뉴스



콘텐츠창작소 목공 기초과정 교육 모습.

전남정보문화산업진흥원 '콘텐츠창작소' 성료

8월부터 4개월간 이론·실습 교육

(제)전남정보문화산업진흥원(이하 진흥원)이 19일 지난 8월부터 4개월 동안 운영한 '2024 콘텐츠창작소'를 성공적으로 마무리했다. '전남콘텐츠코리아랩 운영사업'의 하나로 진행된 2024 콘텐츠창작소는 '창작의정원'을 주제로 창작자들이 창의력을 키우고 발전시킬 수 있도록 마련된 프로그램이다. 이번 콘텐츠창작소는 전남콘텐츠코리아랩이 보유하고 있는 장비를 활용한 교육으로 목공, CNC, 3D프린터 등의 장비 교육을 기초, 심화, 원데이 등으로 나뉘어 참여자들의 선택의 폭을 넓혀 주목을

받았다. 이론 교육과 함께 직접 체험해볼 수 있는 실습교육을 병행했기 때문이다. 이번 사업에는 목공과정 50명, CNC 과정 37명, 3D프린터 과정 33명 등 모두 120명이 수료했으며, 수료식은 오는 28일 열릴 예정이다. 이인용 진흥원장은 "이번 콘텐츠창작소 교육은 지역 콘텐츠 창작자들에게 전문적인 교육 기회를 제공해 지역 콘텐츠 산업의 발전에 중요한 밑거름이 될 것"이라며 "전남콘텐츠코리아랩의 사업 취지에 부합하는 다양한 체험 중심 교육을 지속적으로 제공하여 창작자들이 자신의 아이디어를 자유롭게 실현할 수 있도록 적극적으로 지원하겠다"고 말했다. /윤현석 기자 chadol@kwangju.co.kr

연금공단 광주본부 '두루누리 사회보험' 가입 확대 캠페인

국민연금공단 광주지역본부는 19일 '두루누리 사회보험' 가입 확대 캠페인을 개최했다. 두루누리 사회보험료 지원사업은 영세 사업장 근로자의 국민연금과 고용보험을 지원하는 정책으로, 사회보험 사각지대 해소를 목적으로 한다. 두루누리 사회보험료 지원 대상은 근로자 수가 10명 미만인 사업장에 고용된 월평균 보수 270만 원 미만인 근로자로 정부가 사회보험료(국민연금·고용보험)의 80%를 부담한다. 다만 신청일 직전 6개월간 고용보험·국민연금의 취득이력이 없어야 한다. 지원 방법은 지원 대상 사업장에서 해당 월의 국민연금·고용보험료를 법정 기한까지 완납하면, 다음달 보험료에서 해당 월의 보험료 지원금액을 공

제한 나머지 금액을 고지하는 방식이다. 한편 이날 캠페인은 광주지방고용노동청과 근로복지공단과 광주지역본부, 국민건강보험공단 서부지사가 함께했다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표	
↑ 코스피	2471.95 (+2.88)
↓ 코스닥	686.12 (-3.43)
↓ 금리(국고채 3년)	2.889 (-0.026)
↓ 환율(USD)	1392.35 (-2.85)



해남 최초 4성급 호텔 '해남126호텔' 문 열어

오시아노관광단지서 개장식

해남의 최초 4성급 호텔인 '해남126호텔'(사진)이 문을 열었다. 한국관광공사는 19일 오시아노관광단지에 위치한 해남126호텔에서 개장식을 개최했다. 호텔은 난 10월 1일부터 시범운영을 통해 준비를 마무리하고 지난 31일부터 정식 운영 중이다. 호텔은 한국관광공사가 23년 만에 지역관광 활성화와 복지관광 저변 확대를 목적으로 재개한 호텔 사업이다. 운영은 공모를 통해 선정된 운영사

가 '책임임차' 방식으로 운영한다. 해남126호텔은 120개 객실이 모두 바다 조망으로 조성됐으며 250명을 수용할 수 있는 연회장과 바다를 마주한 인피니티풀, 카페, 레스토랑 등의 부대시설을 갖췄다. 고산 윤선도 선생의 고택인 해남 녹우당의 건축 양식을 모티브로 해 주변 자연 경관과 조화를 자랑하는 중정이 특징이라는 게 관광공사측 설명이다. 국내 호텔 중 최초로 '장애물 없는 생활환경'에 비인증을 마쳤고 본 인증 취득을 앞두고 있다. /김지을 기자 dok2000@kwangju.co.kr

현대차 온라인 쇼핑몰 '현대샵' 리뉴얼 오픈

현대자동차가 19일 공식 온라인 쇼핑몰 '현대샵'을 리뉴얼 오픈했다. 현대샵은 자동차 액세서리와 세차용품, '차박'용품 등 애프터마켓 전용 상품을 판매한다. 현대차는 리뉴얼을 통해 다양한 편의 기능을 추가해 고객 편의성을 높이는 데 집중했다. 홈페이지 디자인을 개선해 다양한 콘텐츠와 상품을 한 눈에 파악할 수 있도록 했고, 고객 데이터를 기반으로 상품을 자동 추천하는 기능도 더했다. 현대차는 현대샵 리뉴얼을 기념해 캐스퍼 일렉트릭 전용 캐릭터와 인기 캐릭터 '조구만(JOGUMAN)'을 활용한 열쇠고리, 텀블러, 벨트커버 등도 출시했다. 또 현대차는 캐스퍼 전용 굿즈를 증정하는 '11월 특별기획전' 출고 고객 대상 '프로모션'과 초성 퀴즈 이벤트를 마련했으며 자세한 내용은 캐스퍼 온라인 홈페이지에서 확인할 수 있다. 현대차 관계자는 "이번 현대샵 리뉴얼을 통해 고객의 시각에서 양질의 애프터마켓 상품과 서비스를 제공할 수 있는 온라인 플랫폼으로 거듭나겠다"고 말했다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr