

# 광주 지역경제 성장 위해 미래 고성장 산업 대출 확대해야

기업대출 부동산업에 집중…부가가치 창출과 성장 기여 못해  
정보통신업 0.8%·사업서비스업 2% 비중 전국 평균 크게 못미쳐

광주 지역의 지속적인 경제 성장을 위해서는 정보통신업 등 고성장 산업에 대한 대출 지원 등을 확대할 필요가 있다는 제언이 나왔다.  
2019년 코로나19 이후 증가한 광주지역의 기업 대출이 미래산업보다는 유독 부동산업에 집중되는 현상을 보였기 때문이다.  
15일 한국은행(한은) 광주전남본부가 발표한 '광주지역 기업대출의 산업별 구성 현황 및 배분 효율성 분석'에 따르면 2015~2023년 광주지역 기업 대출 증가율은 68.2%로 같은 기간 명목 지역 내 총

생산(GRDP) 증가율(39.3%)을 크게 웃돌았다.  
광주를 비롯한 전국적으로 기업대출은 2019년 정부가 코로나 19에 대응하기 위해 펼친 금융지원 조치 등으로 증가세가 가속화됐다.  
2015년의 수치를 기준점인 100으로 두고 분석한 결과, 2019년에는 광주지역 GRDP가 117.2, 기업 대출은 118.9로 비슷한 수치를 기록했지만, 2023년에는 광주 기업대출이 172.5로 GRDP(137.9)보다 34.6포인트(p) 높았다.  
같은 기간 기업대출의 폭발적인 증가세는 전국적

으로 동일하게 나타났지만, GRDP 대비 기업대출 비율은 서울, 대구, 부산에 이어 17개 시도 가운데 4위를 기록했다. 지역의 생산력 대비 기업대출 증가폭이 전국에서 네 번째로 컸다는 뜻이다.  
광주는 특히 2015~2023년 기업대출 증가액의 32.9%가 부동산업에 집중됐던 것으로 조사됐다. 전국(29.5%)보다 부동산업이 기업대출에서 차지하는 비중이 더 컸다.  
2023년 기준으로도 광주지역 기업대출에서는 부동산업이 22.8%로 가장 큰 비중을 차지해 전국(22.2%)보다 높았다. 또 지역 내 큰 비중을 차지하고 있는 부동산업의 부가가치 비중은 8.6%로 대출 비중이 2.65배에 달했다. 기업대출이 부동산업에 투자된 만큼의 부가가치를 창출해내지 못하고 있는

셈이다.  
반면, 고성장 산업군인 정보통신업(0.8%)과 사업서비스업(2.0%)의 기업대출 비중은 전국 평균 2.8%와 3.4%에 크게 못미쳤다. 대출집중도에서도 정보통신업은 0.25를 기록해 전국(0.58)과 6대 광역시 평균(0.47)의 절반 수준에 머물렀다. 대출집중도는 각 산업에 대한 대출 비중이 부가가치의 비중에서 차지하는 수준을 나타내는 지표다.  
남종현 한은 광주전남본부 기획금융팀 차장은 "정보통신업 비중이 높지 않고 부동산업 비중이 높은 것은 당장의 경기 부양에는 긍정적일 수 있지만, 추후 지역 발전 성장 원동력으로는 부정적인 요인이 될 수 있다"고 우려했다.  
특히 광주지역 기업대출에서 가장 큰 비중을 차

지하고 있는 기업대출의 연평균 노동 생산성이 역 성장하고 있다는 점도 문제다.  
부동산업은 2015~2023년 기준 광주에서 노동 생산성이 가장 높은 산업으로 꼽히고 있지만, 연평균 노동생산성 증가율은 -2.0%로 낮았다. 같은 기간 전기·전자 및 정밀기기, 정보통신업 등의 노동 생산성이 각각 연평균 7.1%, 4.4%로 높은 것과 대비된다.  
남 차장은 "광주지역의기업대출이 고성장 산업에 많이 배분되지 않고 있어 장기적인 성장 잠재력에 부정적 영향을 줄 수 있다"며 "고성장 산업에 대한 대출지원 등을 확대해 장기적인 관점에서 지역 경제성장을 도모하는 것이 자원 배분의 효율성 측면에서 바람직할 것으로 보고 있다"고 제언했다.  
/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



롯데백화점 광주점 '어그' 팝업스토어 롯데백화점 광주점 직원이 고객에게 다양한 어그 부츠를 선보이고 있다. 롯데백화점 광주점은 내년 1월 말까지 3층에서 호주 양털 슈즈 브랜드 '어그'의 팝업스토어를 진행한다. 해당 매장에서는 스테디셀라인 부츠를 비롯해 로퍼, 블러퍼 등 다양한 종류의 어그 슈즈들을 만나볼 수 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

## ‘한전-켄텍 청정수소 프로젝트’ 국토부 수소도시 조성사업 선정

내년부터 3년간 350억원 투입  
삼포지구내 수소 생태계 구축

한국전력공사(한전)는 "전남도, 한국에너지공과대학교(켄텍)와 협력한 '한전-켄텍 청정수소 프로젝트'가 국토교통부 수소도시 조성사업으로 최종 선정됐다"고 15일 밝혔다.  
이번 사업은 한전의 지능형 디지털 발전 기술(IDPP)과 켄텍의 바이오수소 생산 기술(ADOS)을 결합한 기술 사업화 모델로, 한전과 켄텍의 첫 사업화 사례다.  
켄텍의 ADOS는 농업 부산물로부터 재생 천연 가스를 생산하는 악취·폐수가 없는 무공해 기술

로, 기존 바이오가스화 대비 고효율, 저면적, 높은 설비 확장성 등의 장점을 지녀 효율적인 청정수소 생산이 가능하다.  
한전의 IDPP 기술은 수소 생산 과정에서 탄소 배출을 정밀 추적해 청정 수소 생산을 돕는 것으로, 현재 국내·외 25개 발전소에 적용 중이다.  
또 전남도와 영암군의 자금 투자와 인허가 지원과 영암 소재 기업인 ㈜MC에너지의 민간투자 등 민·관·산·학·연 10개 기관으로 구성된 컨소시엄의 역량과 노하우가 더해져 영암군이 최종 사업 대상지로 선정됐다.  
영암군 수소도시 조성사업은 오는 2026년부터 2028년까지 3년간 350억원의 예산이 투입되는 대규모 프로젝트로 삼포지구 내에 구축될 예정이다.

사업을 통해 '빛집', '왕겨' 등 농업부산물(50 t·1 일)을 원료로 청정수소(2.1 t·1일)를 생산하고, 교통·발전·생활 등 도시 전반에 수소를 공급해 지역 순환형 수소 생태계를 구현할 방침이다.  
이를 위해 오는 2028년까지 2MW(메가와트)급 청정수소 실증 플랜트를 구축하고, 2030년까지 영암군을 60MW급 에너지 자립형 수소도시로 발전시킬 계획이다.  
한전은 해당 사업으로 청정수소 인증을 확보하고, 청정수소발전 입찰시장(CHPS)에 참여해 수소 발전 단가 절감 및 안정적인 공급망을 확보할 수 있을 것으로 전망했다. 특히 CHPS가 확산될 경우 오는 2030년 기준 3조원에 달하는 전력구입 비용절감 효과를 기대하고 있다. /장윤영 기자 zzang@

## GICON, 태국게임쇼 광주게임 공동관 운영

게임 기업 3개사 콘텐츠 선보여

광주정보문화산업진흥원(GICON)은 "오는 19일까지 태국 방콕에서 개최되는 '2025 태국게임쇼'에 광주글로벌게임센터 공동관을 구성해 참가한다"고 15일 밝혔다.  
태국게임쇼는 동남아 최대 규모의 게임 전시회로, 올해는 '게임스컴 아시아'와 공동 개최되며 아시아 게임산업의 주요 행사로 주목받고 있다.  
GICON은 공동관 전시를 통해 광주 소재 게임 기업 3개사의 우수 콘텐츠를 선보인다. 이를 통해 동남아 시장을 공략을 본격화하고, 광주 게임 콘텐츠의 글로벌 경쟁력을 확산시킬 계획이다.  
공동관에는 주식회사 지니소프트, 주식회사 아

름게임즈, 주식회사 데브엔리밋 등 3개의 광주지역 게임사가 참여한다.  
지니소프트는 PC·모바일 기반 로그라이크 액빌딩 게임인 '심야자습', 아름게임즈는 모바일 SNS 게임 '고양이와 스크 : 말랑타운'과 캐주얼 게임 '66666년 만에 환생한 흑마법사', 데브엔리밋은 모바일 댄스 엔터테인먼트 게임 'SPARKY'을 각각 선보인다.  
이경주 GICON 원장은 "이번 태국게임쇼 참가는 지역 게임 기업들이 단순한 홍보를 넘어 해외 파트너십과 계약으로 이어질 수 있는 실질적인 기회가 될 것"이라며 "앞으로도 광주글로벌게임센터를 중심으로 지역 게임산업의 글로벌 경쟁력 강화를 적극 지원하겠다"고 말했다.  
/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



## 삼성전자 시각장애인 위한 AI 가전 매뉴얼 공개

스타트업 기업과 '사용법' 개발

삼성전자가 15일 'хин자팡이의 날'을 맞아 시각 장애인과 저시력자를 위한 인공지능(AI) 가전 매뉴얼 '모두를 위한 사용법'을 공개했다. <사진> 힌지팡이의 날은 1980년 세계시각장애인연합회가 시각장애인의 권리를 보호하고 사회적 관심을 이끌어내기 위해 제정한 날이다.  
삼성전자는 시각장애인이 기존 매뉴얼을 통해 가전 사용에 필요한 정보를 알기 어렵다는 점을 파악하고 올해 초 삼성전자 스타트업 육성 프로그램 'C랩 아웃사이드'에 선정된 시각보조앱 개발 스타트업 투아트(TUAT)와 '모두를 위한 사용법' 매뉴얼을 개발했다.  
매뉴얼은 화면 읽기 기능을 제공하며 하단 재생

버튼을 통해 음성으로 설명을 들을 수 있다. 시각 장애인을 위한 촉각 스티커 부착도 안내해 접근성을 높였다.  
예를 들어 '비스포크 AI 콤보' 세탁건조기의 먼지 필터를 청소해야 하는 경우 기존 매뉴얼은 해당 부품의 상세한 위치나 조작법이 그림으로 표현됐지만 '모두를 위한 사용법' 매뉴얼은 '세탁기 전면부 상단 오른쪽 모서리에 먼지 필터 도어가 있습니다'와 같이 상세 위치를 안내한다. 부품 외관에 대해서도 '손바닥보다 조금 큰 사이즈의 문이 먼지 필터 도어입니다'와 같이 쉽게 제품을 인지할 수 있는 자세한 설명을 담았다.  
새로운 매뉴얼은 삼성닷컴과 AI기반 시각보조 앱 '설리번 플러스'에서 확인할 수 있다.  
/김해나 기자 khn@kwangju.co.kr

## 코스피 95P 급등…사상 첫 3650선 돌파

시가 총액 첫 3000조원 돌파

코스피가 15일 미중 무역갈등 재격화 우려 속에서도 상승 출발해 3600선을 재탈환하며 장중 및 종가 기준 사상 최고치를 모두 갈아치웠다. 이날 코스피는 전장보다 95.47포인트(2.68%) 오른 3657.28로 거래를 종료했다.  
지수는 18.83포인트(0.53%) 오른 3580.64로 개장한 이후 꾸준히 고점을 높여갔고, 장 막판 한때 3659.91까지 오르는 기세를 토했다.  
코스피 시가총액도 3011조9081억원으로 지난 14일(2933조8782억원)보다 2.66% 증가해 사상 처음으로 3000조원 선을 넘어섰다.  
이날 오후 3시 30분 기준 서울 외환시장에서 달러 대비 원화 환율의 주간거래 증가는 전장보다 9.7원 내린 1421.3원으로 집계됐다.  
유가증권시장에서 기관은 7516억원을 순매수

하며 지수 상승을 견인했으며 이중 연기금 등이 순매수한 금액이 822억원이었다.  
외국인도 1629억원을 순매수했으나 개인은 홀로 9707억원을 순매도하며 차익을 실현했다. 반면 코스피200 선물시장에서 기관과 개인이 각각 5598억원과 2934억원 매도 우위였고, 외국인은 8718억원 매수 우위를 기록했다. /장윤영 기자 zzang@

| 한 눈에 보는 경제지표   |         |          |
|----------------|---------|----------|
| ▲ 코스피          | 3657.28 | (+95.47) |
| ▲ 코스닥          | 864.72  | (+16.76) |
| ↓ 금리(국고채 3년)   | 2.520   | (-0.013) |
| ↓ 환율(US D)     | 1421.00 | (-10.00) |
| 〈오후 4시 40분 기준〉 |         |          |

## 공정위, 4만여명 '와우멤버십 눈속임' 쿠팡 제재

웨이브·박스 등도 기만 유인

쿠팡·웨이브·NHN박스·스포티파이가 기만적인 방법으로 소비자를 유인한 혐의 등으로 공정거래위원회 제재를 받게 됐다.  
특히 쿠팡은 최소 4만8000명 이상의 구독자를 와우멤버십 가격 인상에 동의하도록 속인 것으로 파악됐다.  
공정위는 전자상거래법 위반 혐의로 쿠팡·웨이브·NHN박스·스포티파이에 시정명령과 과태료 총 1050만원을 부과하기로 결정했다고 15일 밝혔다.

업체별 과태료는 쿠팡 250만원, 콘텐츠웨이브 400만원, NHN박스 300만원, 스포티파이 100만원이다. 자진 시정한 점이 고려돼 과징금 등 더 센 제재로 이어지지는 않았다.  
쿠팡은 지난해 4월 '와우멤버십' 월가격을 4990원에서 7890원으로 58% 인상하면서, 앱 초기화면 등에서 눈속임으로 기존 구독자가 동의하도록 유인한 혐의를 받는다.  
'동의하고 혜택 계속 받기'는 구독자가 쉽게 눈에 띄도록 청색 버튼으로 크게 제시했지만, '나중에 하기'는 화면 구석에 상대적으로 작게 배치한 것으로 조사됐다.

상품 구매 단계에서는 구독자가 익숙한 결제버튼과 같은 크기·색상으로 '월회비 변경에 동의하고 구매하기' 문구를 살짝 끼워 넣은 것으로 나타났다.  
이 같은 눈속임에 따라 일부 구독자들은 와우멤버십 가격 인상에 자신도 모르게 동의한 것으로 조사됐다.  
쿠팡은 눈속임을 자진 시정하면서 작으로 동의한 구독자에게 철회 신청을 받았는데, 총 4만8000여명이 신청한 것으로 조사됐다.  
음원서비스인 NHN박스와 스포티파이는 지난 해까지 웹·앱에서 유료 이용권 등을 판매하면서 청약철회 기한이나 행사방법, 효과에 관해 적절하게 알리지 않은 것으로 나타났다.  
/김해나 기자 khn@kwangju.co.kr