

# 은행권 '1000만원 이하' 장기연체자 빚 탕감 추진

### 연체 5년 지나면 탕감 자격 부여...9월 말 최종 가이드라인 발표

정부가 장기 연체자의 빚 부담 완화를 추진하고 있는 가운데 시중 은행들이 5년 넘게 대출금을 갚지 못한 연체자의 빚을 탕감해주는 방안을 전향적으로 고려하기로 했다.

13일 금융권에 따르면 시중은행들은 최근 은행연합회 중심으로 태스크포스(TF)를 꾸려 빚 탕감 기준 마련 작업에 돌입했다.

금융사는 일정기간 이상 연체된 채권은 상환불가로 간주하고 장부상에서 삭제해 특수채권으로 관리한다. 이후 민법상 금융채권의 소멸시효 기간인 5년이 지나면 별다른 조치가 없는 한 채권의 법적 상환의무가 사라진다.

그러나 금융사들은 특수채권을

매각하거나 채권자에게 소액의 변제금 유도, 혹은 직접 소송을 제기하는 방식으로 소멸시효를 연장하고 있다.

이로 인해 소멸시효가 3차 이상 연장돼 25년 이상(최소 1992년 전에 생긴 채권을 의미)된 특수채권도 725억원이나 된다.

은행들은 일단 연체 5년이 지나면 빚 탕감이 가능하도록 근거를 마련할 예정이다. 대출원금이 1000만원 이하인 소액대출과 고령자 등이 우선 고려 대상이 될 것으로 알려졌다. 지금도 은행들은 자체 내규로 빚 탕감을 결정하지만 은행마다 기준이 다르고 애매하다는 지적이 있었다.

은행연합회 관계자는 "정부의 정책 취지에 맞게 은행마다 제각각인 기준을 손질할 것"이라며 "9월 말에 최종 가이드라인을 내놓을 예정"이라고 말했다.

한편 금융위원회는 은행권의 빚 탕감 가이드라인과 별개로 문재인 대통령이 공약으로 내건 장기 연체자 빚 탕감 대책을 다음 달 발표할 계획이다.

국정기획자문위원회는 국민행복기금이 보유한 소액(1000원 이하)·장기(10년 이상) 연체 채권뿐 아니라 민간 금융회사 소액·장기 연체 채권까지 정부가 사들여 소각하는 방안을 금융위에 주문했다.

뉴스1



비비람도 막고 ~패션도 지키고

(주)광주신세계(대표이사 임훈) 패션스트리트 지하1층 지오다노 매장에서 장마철을 대비하여 화사한 레인코드가 이목을 끌고 있다. 우비라고 하면 대개 일회용으로 파는 단색의 저렴한 것을 떠올리는 것이 보통이다. 그러나 최근 출시된 제품은 방수 및 투습 기능에 화사한 디자인과 일반 디자인의 의류에서 보이는 디테일을 입혀 패션아이템으로서의 역할을 하는 게 특징이다. 또한 데일리웨어로 입어도 손색없을 정도로 패션적 요소까지 더해져 남녀노소 모두에게 인기있는 패션아이템으로 부상하고 있다.

뉴스1

## “화순고인돌시장 블랙푸드 최고”

### 광주·전남중기청, 시장 특별한 먹거리 찾기 나서

광주·전남지방중소기업청(청장 김진형)은 13일 블랙푸드로 유명한 화순고인돌시장을 찾아 파프리카, 복숭아, 더덕 등 지역의 신선식품들을 구입하며 시장의 특별한 먹거리 찾기에 나섰다.

화순에 위치한 화순고인돌시장은 조선말기에서 일제 강점기 초기에 개장했을 것으로 추정되는 역사 깊은 시장으로 1964년 현 위치에 자리를 잡아 2000년대에 5일(3, 8일)장으로 정착하였고, 지역의 대표적 역사·문화 자원인 고인돌을 시장의 특화요소로 활용하기위해 2016년 3월 화순고인돌시장으로 명칭을 변경하였다.

이날 광주전남청 직원들은 화순고인돌시장의 대표적인 먹거리를 발굴하고자 다양한 블랙푸드를 접해보았는데, 무등산 계곡에서 채취한 다슬기로 만든 다슬기수제미, 검정콩으로 만든 흑두부, 보양식으로 유명한 흑염소탕과, 직화구이 돼지땃갈비(청국장 팔죽, 파프리카잡채, 호떡 등의 먹거리가 풍성하였다.

그 중 광주전남청 직원들은 방귀뽕뽕주에 주목하였다.

재미난 이름의 '방귀뽕뽕주'는 방풍나뭇뿌리, 당귀, 꾸지뽕, 뽕잎 등을 막걸리와 함께 넣고 끓인 약초음료로, 약초로 유명한 화순을 스토리텔링하여 상인들이 직접 개발

한 먹거리로, 작년 광주전남중기청과 광주광역시, 전남남도청 공동으로 개최한 '맛달나는 전통시장 푸드쇼'에서 장려상을 수상하기도 하였다.

또한 화순고인돌시장은 풍부한 먹거리 이외에도 주변에 관광지가 많기로 유명하다고 한다.

박두진 상인회장은 "우리 시장은 미국 CNN 방송의 한국에서 가봐야 할 곳 50선에 선정된 세랑제와 화순저녁, 민연사, 운주사, 고인돌공원 등과 가깝고 광주에서 30분이면 도착한다"며 "화순고인돌시장은 최상품의 화순 특산물도 구입하고 웰빙음식도 맛보며 관광지도 둘러볼 수 있는 무더위를 극복할 수 있는 최고의 힐링 나들이 장소다"라고 소개하였다.

김진형 광주·전남지방중기청장은 "여름철은 무더위로 전통시장 방문객이 급감하는 시기지만, 대통령께서 지난 11일 국무회의 시 '농어촌으로 휴가가기 캠페인'을 추진하자고 제안하셨다"며 "특히 농어촌이 많은 우리 지역 전통시장들은 관광지와 연계 할 수 있는 프로그램과 특별한 먹거리와 볼거리 등을 제공하여 관광객들을 전통시장으로 유인해야 한다"고 당부하였다.

서은홍 기자

aT, '장보고 프로젝트' 가동

김 수출 5억 달러 달성 눈 앞

한국농수산식품유통공사(aT)가 김 수출 확대를 위해 추진 중인 '뉴(New) 장보고 프로젝트'로 수출 5억 달러(약 5689억원) 달성을 눈앞에 두고 있다.

aT는 여인홍 사장이 지난 12일 전남 신안 소재 김 수출업체 (주)신안천사김을 방문해 수출 애로사항을 청취하고 김 수출 확대를 위한 'New 장보고 프로젝트'에 역량을 집중할 것을 약속했다고 13일 밝혔다.

New 장보고 프로젝트는 어가소득 향상, 일자리 창출, 김산업 발전을 위해 추진 중인 수출확대 중장기 프로젝트다.

김 수출 실적은 최근 10년 간 연평균 21.8% 증가하면서 황금알을 낳는 거위'로 변신한 품목이다. 작년에만 3억5000만 달러(약 3982억 3000만원)를 수출했다.

미국 내 400여 코스트코(Costco) 매장에서 소비되는 한국산 김만 해도 1년에 컨테이너 1000개 분량이 넘는다.

올해 역시 호황이 이어지고 있는 가운데 상반기 우리나라 김 수출액은 2억6900만 달러(약 3069억 820만원)로 전년대비 49% 증가했다.

어민의 소득 향상과 직결되는 김 수출은 최근 수출 물량이 늘어남에 따라 김 양식 어가 중에는 1억원이 넘는 소득을 올린 곳도 많은 것으로 파악되고 있다.

김연숙 기자

## 기아차, 가성비 내세운 소형 SUV '스토닉' 출시

### 사전계약 1500대...2030 세대 도입형 콤팩트SUV



기아자동차가 13일 가성비를 앞세운 소형 SUV '스토닉'을 공식 출시했다. 사전 계약대수는 영업일수 12일만에 1500여대를 달성한 것으로 집계됐다.

기아차는 이날 서울 워커히 비스타홀에서 소형SUV 스토닉의 공식 출시 행사를 갖고 판매에 본격적으로 돌입했다.

스토닉은 국내 사전계약을 시작한 지난달 27일부터 현재까지 1500여대의 실적을 올린 것으로 집계됐다. 영업일수 12일동안 하루 평균 125대 정도의 계약 건수

를 기록했다.

아울러 사전계약 고객 중 20대부터 30대까지 비중이 57%를 차지한다고 회사 측은 밝혔다.

기아차 관계자는 "전체 계약고객의 절반을 넘어선 수치로 스토닉이 첫 구매고객 및 사회초년생 등 젊은 고객들의 취향을 저격했다"고 평가했다.

스토닉의 목표 판매 대수로는 월 1500대를 제시했다. 연간 1만 8000대 규모다.

기아차는 스토닉이 2030 젊은 세대의 라이프스타일에 꼭 맞춘

도입형 콤팩트SUV'를 목표로 개발돼 경제성, 스타일, 안전성을 고루 갖췄다고 자신했다.

스토닉은 1.6 디젤 단일 모델로 출시된다. 가격은 ▲디럭스 1896만원 ▲트렌디 2075만원 ▲프레스티지 2265만원이다. 기아차는 "기본 트림인 디럭스의 경우 디젤 SUV로서 국내에서 유일하게 1800만원대 로 구입할 수 있다"고 강조했다.

스토닉이 품은 1.6 디젤엔진은 최고출력 110마력, 최대토크 30.6kgf·m의 성능을 낸다. 도심 위주의 주행을 고려해 2000RPM 내 실용 영역에서 성능을 강화했다는 설명이다.

복합연비는 17km/1를 달성해 경제성도 확보했다고 강조했다. 1당 유류비 1229원으로 연 2만km 씩 5년간 달린다고 가정하면 연비 14.7 km/1의 경쟁차 대비 총 113만원의 유류비를 절감할 수 있다고 회사 측은 밝혔다.

기아차 관계자는 "스토닉은 첫차 구매를 고려하고 있는 2030세대를 겨냥한 기아차의 '아십작'이라며 "실속과 센스를 동시에 챙기고 싶은 고객들이라면 만능 소형 SUV 스토닉이 가장 만족스러운 선택이 될 것"이라고 밝혔다.

# 세계인의 밥상 이제부터 한식이입니다

세계적인 한류의 열풍은 우리 것에 대한 자부심과 이에 따른 한식의 위상을 높여 놓았습니다. 한식의 세계화는 품격높은 한식문화의 조성과 우리음식의 사랑에서 시작합니다. 우리 스스로 한식의 가치를 재발견하고 올바른 식문화의 정립과 한식의 표준화가 이루어질 때, 진정한 한식의 세계화는 이루어 집니다.

