

# '연명치료 중단' 사망보험금 지급 논의

### 금감원, 금융분쟁조정세척 개정...분쟁 등 외부 전문가 자문 내달 4일 연명의료결정법 시행 앞두고 관심...자살 여부 논란

연명치료를 하지 않고 죽음을 맞이하는 '존엄사'에 대한 사망보험금 지급여부가 금융당국에서 논의될 전망이다. 금감원은 '금융분쟁조정세척'을 개정하고 금융분쟁조정위원회 내 전문소위원회를 운영한다고 25일 밝혔다. 전문소위원회는 ▲의료분과 ▲법률 및 약관해석 분과 ▲

파생상품 등 고도화된 금융상품 분과 ▲정보기술(IT) 및 자동차공학 등 전문분과 등으로 구성된다. 분쟁 등 심층 검토가 필요한 사안에 대해 외부 전문가들의 자문을 받는다. 이 중 의료분과에서는 연명치료 중단 시 사망보험금 지급여부를 논의한다. 다음달 4일 연명의료결정법 시행을 앞두고 보험약관상 사망

보험금 지급여부에 관심이 높아지고 있어서다. 논란의 핵심은 연명치료 중단으로 인한 사망을 자살로 봐야 하느냐 마느냐다. 현재 자살과 같은 보험가입자의 고의적인 사망에 대해서는 원칙적으로 보험금이 지급되지 않는다. 해석이 분분한 가운데 명확한 가이드라인은 없는 실정이다.

한편 금감원은 개정세척을 통해 금융회사의 분쟁처리가 부당하다고 느낀 금융소비자가 재검토를 요구할 때 금융회사가 이를 수용토록 하는 '재검토 요구권'을 명문화했다. 금융회사가 조정절차 진행 중에 소송 대응력이 약한 금융소비자를 상대로 일방적으로 소송을 제기하는 관행을 자제하도록 소송 공시항목도 확대했다. 금감원은 "소제기 사유와 심급별 소송결과를 공시할 경우 금융회사에 책임소재 부담으로 작용해 소제기 남용을 방지하는 효과가 있을 것"이라고 기대했다.



## 10만원이하 농·축산물 선물세트 '대세'

### 김영란법 개정에 10만원대 판매비중 지난해비 7% 증가

**롯데백 광주점**  
부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률, 즉 김영란법이 1년 만에 개정·확대되면서 설 선물 시장에 활기가 돌아오고 있다. 이번 개정안에서는 농·축산물이 50% 이상 함유된 상품의 선물 가격이 기존 5만원에서 10만원으로 상향 조정됐다. 이에 따라 백화점을 비롯한 유통업계에서는 10만원대 설 선물세트 비중을 늘리거나 할인 이벤트를 확대하는 등 명절 특수를 잡기 위해 총력을 다하고 있다. 롯데백화점 광주점은 설 명절을 앞두고 8~10만원대 선물 세트를 지난해 대비 30% 가량 늘렸다. 특히 청과 부분은 설 선물 수요가 다른 상품군 대비 대폭 늘어날 것으로 예상돼 사전 물량 확보를 지난해 대비 40% 가량 늘렸다. 롯데백화점 광주점은 지난해 12월 27일부터 금년 1월 21일까지 전개한 설 선물세트 사전 예약 판매 실적에 따르면 지난해 대비 28.8%

신장했다. 상품군으로는 청과 31.6%, 정육 20.9%, 건강 20.1%, 가공 31.5%, 수산 24% 신장했다. 특히 김영란법 개정에 따른 10만원대 판매비중이 45%로 지난해 38% 대비 7% 가량 늘었다. 대표적인 선물세트로는 국내산 농·축산물로 구성된 '1+1 선물세트'를 선보인다. '1+1 선물세트'는 '알뜰 사과세트' 7만 9천원, '상주 꽃감 프리미엄 1호' 13만원, '영광 법성포 굴비세트' 15만원 등이다. 김영란법 개정에 따른 10만원대 선물세트도 확대했다. 대표적인 선물세트로는 '한우정육세트' 9만 9천원, '알뜰 청과 세트' 8만원, '한우 보신 세트' 9만 8천원 등 다양한 선물세트를 선보인다. 롯데백화점 광주점 양도원 식품 Floor장은 "이번에 발표된 10만원 이하의 농·축·수산물 선물세트 상당액 조정으로 상품 선물 매출 비중이 한결 높아져 매출도 늘어날 것으로 기대된다"고 전했다. 서은홍 기자

## 미세먼지에 공기청정기 판매 늘어...전년비 265% ↑

### 최근 IoT기능 탑재해 집 밖에서도 실내 환경 제어



한파와 미세먼지가 이어지는 겨울철에 실내 환경을 쾌적한 상태로 유지할 수 있도록 도와주는 가전이 인기다. 공기청정기와 가습기, 에어워셔가 대표적이다. 공기청정기로 창문을 열지 않고도 미세먼지나 유해 가스를 제거하는 한편, 가습기로 적절한 실내 습도를 유지할 수 있기 때문이다. 이달 1일부터 24일까지 롯데하이마트에서 판매된 공기청정기와 가습기 판매액은 지난해 같은 기간보다 각각 265%, 35%, 10% 늘었다. 최근 출시된 공기청정기는 IoT(사물인터넷) 기능을 탑재해 집 밖에서도 스마트폰으로 제어해 실내 환경을 깨끗한 상태로 유지시킬 수 있다.

또 강력한 필터가 탑재돼 머리 카락 굵기의 40분의 1에 불과한 지름 2.5μm(마이크로미터) 이하의 초미세먼지와 유해가스 등을 걸러준다. 최근 들어선 화학제품이 없어도 손쉽게 세척할 수 있는 가습기도 등장해 인기를 끈다. 가습기는 인체에 최적화된 실내 습도를 유지하는데 도움을 준다. 물의 흡착력을 이용해 오염된 실내 공기를 씻어내는 에어워셔도 인기다. 최신 에어워셔 중에는 공기청정 기능이 포함된 실내 환경을 하루 종일 쾌적한 상태로 유지해주는 제품도 출시됐다. 롯데하이마트 손기홍 생활가전 팀장은 "실내 환경을 쾌적하게 유지하는데 도움이 되는 공기청정기나 가습기, 에어워셔는 겨울철 호흡기나 피부 건강을 지키는 데 필수적"이라며 "최근에는 공기청정 기능과 가습 기능을 복합적으로 갖춘 신제품도 출시되고 있다"고 말했다.

## 기아차, 고속도로 주행보조·AI 기술 적용 '더 뉴 K5' 출시

### K5 페이스리프트 모델...1845~3150만원

기아자동차가 동급 최초로 고속도로 주행보조 및 인공지능(AI) 기술이 적용된 K5의 페이스리프트(부분변경) 모델 '더 뉴 K5'를 25일 공개했다. 기아차는 이날 서울 강남구 압구정동에 위치한 브랜드 체험관 BEAT300에서 더 뉴 K5의 사진영상발표회를 갖고 본격 판매에 들어갔다. 더 뉴 K5는 기존에 두 종류로 운영했던 디자인을 단일화하고 전면부에 음각 타입 세로바 라디에이터 그릴(인탈리오 그릴), 입체적 범퍼

디자인으로 역동성을 한층 강화했다. 또 가로형 레이아웃의 LED안개등, 새로운 패턴의 프로젝션 헤드램프로 고급스러움까지 갖췄다. 후면부는 전면부와 짝을 이루는 입체적 범퍼, LED 리어 콰이퍼, 블랙 하이그로시 재질의 리어 디퓨저로 고급스러움을 강조했다. 측면부 역시 신규 알로이휠로 다이내믹하고 스포티한 디자인을 한층 강화했다. 국내 중형 세단 최초로 '고속도로 주행보조(HDA·Highway Driving Assist)'와 'AI 기반의 서버형 음성인식 기술'도 적용됐다.

AI 기반 서버형 음성인식 기술은 카카오프лат폼인 카카오톡(AI)의 음성인식을 활용한 기술로 내비게이션의 검색 편의성과 정확도를 대폭 높여준다. 기아차는 또 주행 특성에 따라 주행모드를 선택해 운전자에 맞는 최적의 주행환경을 제공하는 주행 모드 통합제어 시스템을 탑재하고 운전석과 동승석의 어드밴스드 에어백, 주행 중 후방영상 디스플레이(DRM)를 통해 안전성도 강화했다. 판매가격은 ▲가솔린 2.0 모델 럭셔리 2270만원, 프레스티지 2530만원, 노블레스 2735만원, 인텔리전트



2985만원 ▲가솔린 1.6 터보 모델 프레스티지 2535만원, 노블레스 2695만원, 노블레스 스페셜 3085만원 ▲디젤 1.7 모델 프레스티지 2595만원, 노블레스 스페셜 3150만원이다. ▲LPI 2.0 렌터카 모델은 럭셔리 A/T 1915만원, 프레스티지 2225만원, 노블레스 2430만원, 노블레스 스페셜 2650만원 ▲LPI 2.0 택시 모델은 1845만원, 럭셔리 2080만원, 프레스티지 2290만원이다.

## 오리온, 작년 베트남서 초코파이 5억개 판매

오리온은 지난해 베트남에서 초코파이 판매량이 5억개를 돌파했다고 25일 밝혔다. 베트남 인구가 약 1억명에 달하는 점을 감안할 때 국민 1명당 초코파이를 5개씩 먹은 셈이다. 이로써 초코파이는 중국, 러시아, 베트남 등 오리온의 모든 해외법안에서 각각 한 해에 5억개 이상 팔리는 브랜드가 됐다. 중국에서는 이미 연간 7억개 가량이 팔리고 있고 러시아는 2015년부터 판매량이 5억개를 넘어섰다. 초코파이는 베트남 파이 시장에

서 지난해 3분기(7~9월) 기준 63%의 점유율로 1위를 지키고 있다. 제삿상에 오를 정도의 프리미엄 제품으로 인식되고 있다는 게 회사측 설명이다. 오리온은 초코파이를 대도시뿐 아니라 메콩지역 등 지방에서도 쉽게 접할 수 있도록 현지 유통망을 확대하면서 판매량을 늘렸다. 또 지난해 9월 출시한 신제품 '초코파이 다크'도 매출 성장에 일조했다고 오리온은 전했다. 진한 초콜릿맛을 선호하는 현지 소비자의 성향에 맞춘 제품이다. 베트남의 고

## 임산부 배려석, 누구를 위한 자리입니까?

세상에 올 소중한 생명을 위해 마련된 자리  
따뜻한 마음으로 임산부와 아이에게 양보해주세요.  
당신의 작은 배려가 더 큰 배려로 돌아옵니다.

한국언론진흥재단