

# 가계 여윌돈, 8년만에 최저 '세수 풍년' 정부 곳간 최대

지난해 가계 여윌돈이 8년만에 가장 낮은 수준으로 쪼그라들었다. 부동산 시장의 호황으로 내 집 마련에 나선 가계가 많았던 영향이다. 주머니 사정이 얇아진 가계와는 달리 세수 풍년을 맞은 정부 곳간은 8년 만에 가장 두둑해졌다.

한국은행이 4일 발표한 '2017년 자금순환(잠정)' 자료에 따르면 가계·비영리단체의 순자금운용액은

123조7000억원으로 전년(143조8000억원)보다 줄긴 했지만 자금운용액이 1년 전 213조7000억원에서 174조6000억원으로 더 크게 줄어들며 여윌돈이 축소됐다.

이는 가계가 쓸 수 있거나 빌린 돈으로 신규주택 구입을 확대했기 때문으로 풀이됐다. 여윌자가금이 그

2009년 이후 최저치다.

정부의 순자금운용은 2014년 19조3900억원으로 2015년 20조1000억원, 2016년 39조2000억원으로 매해 증가세가 확대되는 추세다. 지난해의 경우 국제수입이 전년 242조6000억원에서 265조4000억원으로 늘어난 덕을 크게 봤다. 정부의 통합재정수지도 24조원 흑자를 기록한 것으로 나타났다.

기업은 부자를 늘렸다. 비금융법인기업의 순자금조달액은 14조4000억원으로 전년(2조4000억원)보다 대폭 확대됐다. 지난해 기업들의 설비투자 및 건설투자가 확대된 영향이다. 통상 기업들이 투자를 늘릴 때 외부에서 자금을 빌리는 규모가 자금운용액보다 많기 때문에 순자금운용액은 마이너스(-)가 되고 순자금조달로 잡히게 된다.

우리나라의 전체 순자금운용 규모는 107조7000억원으로 전년(123조1000억원) 이후 3년 만에 가장 낮은 수준이다.

한편 가계·비영리단체의 금융자산은 3667조6000억원으로 전년보다 277조2000억원 늘었고, 금융부채는 1687조3000억원으로 120조7000억원 증가했다. 가계·비영리단체의 금융자산이 금융부채보다 더 많이 늘어나면서 금융자산을 금융부채로 나눈 비율은 2.17배로 전년(2.16배)보다 다소 나아졌다.

## 가계 순자금운용 50.9조...2009년 이후 최저 수준 '부동산 호황'에 내 집 마련 나선 가계 늘어난 영향 정부 잉여자금 9년 만에 가장 많아...49조2000억

50조9000억원으로 1년 전(69조9000억원)보다 19조원 급감했다. 관련 통계가 집계된 지난 2009년 이후 8년 만에 최저치다. 직전 최저치는 지난 2010년 69조3000억원이었다.

순자금운용액은 예금이나 보험, 연금, 펀드 등으로 굴린 자금운용 금액에서 금융기관으로부터 빌린 돈인 자금조달 금액을 뺀 수치다. 사실상 경제주체가 운용할 수 있는 여윌돈을 의미한다. 가계 여윌돈은 지난 2015년 94조2000억원에서 2016년 69조9000억원으로 줄어든 뒤 2년

민중 부동산 시장으로 흘러들어간 셈이다. 한은 관계자는 "지난해 부동산 시장이 좋았다 보니 분양 물량 등이 늘어나면서 신규 주택 구입에 대한 지출이 확대됐다"고 설명했다.

지난해 주거용 건물건설(경상)은 107조3000억원으로 전년(90조5000억원)보다 늘어난 것으로 나타났다.

반면 정부 곳간은 불어났다. 정부의 추정편성에도 불구하고 세입이 크게 늘면서 정부의 잉여자금 49조2000억원으로 전년(39조2000억원)보다 10조원 확대됐다. 이는 지



혼술족, 롯데마트로 모여라! 4일 서울 중구 롯데마트 서울역점에서 모델들이 수입맥주와 각종 안주 간편식 상품을 선보이고 있다. 롯데마트는 혼술족이 증가함에 따라 수입맥주 40여종과 다양한 안주 간편식을 할인 판매한다.

## '가성비'에 매료된 소비자들...PB 키우는 유통업계

연초부터 생필품 가격이 줄줄이 올라 무난한 성능에 저렴한 가격이 강점인 PB 상품에 소비자들 몰리고 있다. 유통업체들도 이들을 잡기 위해 상품 구색 확충에 나섰다.

4일 유통업계에 따르면 PB 상품의 역할은 향후 더욱 부각될 전망이다. 좋은 품질의 상품을 저렴한 가격에 구매하고자 하는 소비자들의 수요는 계속되고 있고 유통업체 역시 마진율이 높은 PB 상품 판매를 마다할 이유가 없기 때문이다.



서울 홈플러스 강서점에서 모델들이 홈플러스의 새로운 PB 브랜드 '심플러스(simplus)' 대표 상품들을 선보이고 있다. '본질에 집중하다'라는 브랜드 슬로건을 내건 심플러스는 상품 본연의 역할과 기능에 집중한 PB 브랜드로, 상품 본질만 남기고 유통 전 과정의 거품을 빼 가격까지 낮췄다.

◇ 대형마트·편의점·홈쇼핑, 매년 PB 상품 확대 추세

대형마트, 편의점, 홈쇼핑 등 유통업체들은 매년 PB 상품을 늘리고 있다.

이마트는 지난 2015년 '노브랜드'를 론칭하면서 가파른 매출 성장세를 기록하고 있다. 2015년 4월 첫 출시 당시 월 2억원 수준이었던 매출은 2016년 8월 192억원으로 기록됐다.

롯데마트도 지난 2017년 '온리프라이스'를 출시해 소비자 공략에 나섰다. 종이컵, 화장지, 캔 스파클링 등 26개 품목 판매를 시작한 온리프라이스는 1년이 지난 현재 판매 품목이 154개로 확대됐다.

홈플러스도 올해 '심플러스'를 공식 출시하고 상품 판매를 본격화했다. 후발주자로 뛰어난 홈플러스는 올해 심플러스 상품을 70여 종까지 확대하며 PB 경쟁력 강화에 본격 투자를 가할 계획이다.

편의점 업체들도 2016년부터 PB 상품 판매에 집중하기 시작했다

다. BGF리테일은 'HEYROO'로, GS리테일은 'YOU US'로 승부수를 띄웠다. 세븐일레븐도 커피, 라면, 찜리 등 PB 상품을 통해 차별화를 꾀하고 있다.

홈쇼핑 업체들도 심화된 경쟁 속에서 PB 브랜드 키우기에 나섰다. 현대홈쇼핑은 2017년 업계 최초로 가전을 PB로 론칭했다. 이밖에도 라이프스타일 PB '알레보', 패션 PB '릴리노 스토리'가 좋은 반응을 얻고 있다.

◇ PB 상품 확대 이유? 수익성 높고 시행착오 적기 때문

유통업체들이 PB 상품 확대에 열을 올리는 이유는 우선 높은 수익성을 확보할 수 있기 때문이다. 마케팅 비용이 상대적으로 적고

불투명과 인건비 등도 절감 가능하기 때문이다.

이외 관련해 한 업계 관계자는 "향후 업체 간의 차별화를 통한 시장점유율 경쟁은 보다 본격화될 것으로 예상된다"며 "이러한 차별화 경쟁에서는 PB 상품의 경쟁력이 소비자들을 이끄는 중요한 요소가 될 것"이라고 말했다.

## 나들가게 선도지역 전국 3곳 중 광주·전남서 2곳 선정 '쾌거'

중소벤처기업부 광주·전남지방청(청장 김진형)은 나들가게 육성 선도지역으로 광주광역시 서구와 전남 목포시를 선정·발표하였다.

올해 전국에서 5개의 지자체가 사업에 신청, 그 중 3곳을 선정하였는데 우리 지역에선 신청한 2곳이 모두 선정되는 성과를 올렸다.

지정 시 지역 내 나들가게에 점포경영 개선(재고관리, 노후시설 개선), 조직화(나들가게 협의회 공동세일전 개최 등) 등을 지원하며,

2017년 말 기준 전국에 23개의 지자체가 선도지역으로 선정되어 운영 중이고, 우리 지역에는 광주시 남구가 운영 중이다.

이번에 선정된 지자체에는 지방비 매칭비율에 따라 광주시 서구에는 3년 간 총 9억4천여만원(국비 6.3억원, 지방비 3.1억원), 전남 목포시에는 총 12억9천만원(국비 8.2억원, 지방비 4.7억원)이 지원된다.

광주시 서구와 전남 목포시에서는 지역 내 나들가게의 지원을 위해 다음과 같은 사업을 추진하게 된다. 광주시 서구에서는 관내 72개 나

들가게를 대상으로 나들가게 공동점의 개발과 나들가게의 선도도 조사 후 지역 사회적기업을 통한 의류, 식품 등 자체 상품을 개발하고 나들가게의 시설개선 및 역량 강화교육을 통해 경쟁력을 향상시킬 것으로 소득을 높일 계획이다.

전남 목포시는 106개 나들가게 지원을 위해 해조류, 수산물 등 지역 특화사업과 연계하여 나들가게 전용 PB 상품을 개발하여 보급할 계획이며, 나들가게의 매출증대를 위해 고객을 위한 나들가게 전용 배서비스를 지원할 계획이다.

김진형 청장은 "지역 나들가게는 대형마트나 SSM 등에 밀려 매출이 감소하고 경영에 애로가 많은데, 이번 지원으로 이 지역 나들가게가 많은 혜택을 받아 걱정 없이 사업할 수 있었으면 좋겠다"고 말했다.

서은홍 기자

**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