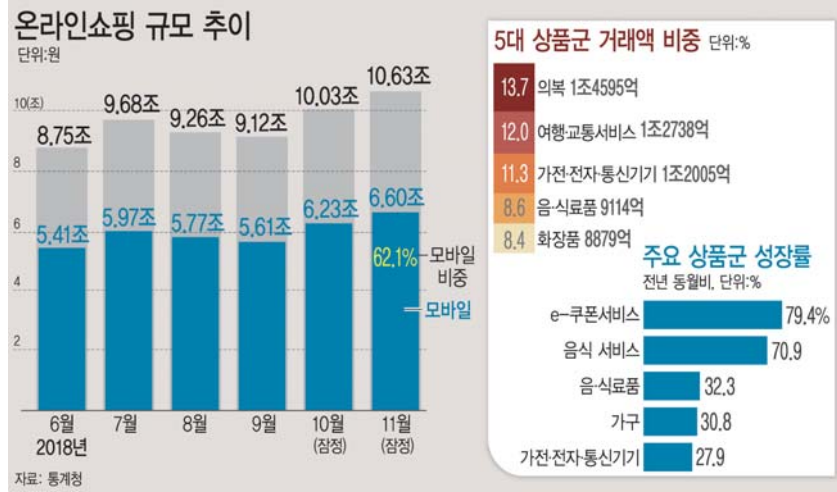


# 지난해 11월 '블랙프' 효과 온라인 쇼핑 첫 20% 넘어

### 통계청, '온라인쇼핑 동향'...전체 온라인 거래액 10조6293억 역대 최고



지난해 11월 미국의 '블랙 프라이데이' 행사에 국내 온라인 쇼핑물들이 가세해 국내 상품 판매 중 온라인쇼핑 거래가 차지하는 비중이 처음으로 20%를 넘어섰다. 온라인 및 모바일로 이뤄진 쇼핑 거래액 규모가 모두 역대 최고치를 경신했다.

2일 통계청이 발표한 '온라인 쇼핑 동향'에 따르면 지난 11월 온라인쇼핑 거래액은 10조6293억원으로 1년 전(10조3500억원)보다 2.1%(1조 9208억원) 늘었다. 지난 10월 사상 최초로 10조원에 진입한 후 두 달째 이를 유지하고 있는 것이다.

여행 및 교통, 문화 및 레저, e-쿠폰, 음식 등 서비스를 제외한 상품 부문에서의 온라인쇼핑 거래액이 8조3694억원으로 조사됐다. 이는 같은 기간 전체 소매판매액(40조7351억원)의 20.5%를 차지한다. 국내 상품 소비의 1/5이 온라인으로 이뤄진다는 뜻이다.

민경삼 통계청 서비스업동향과장은 "미국 블랙프라이데이 행사에 대응해 국내 온라인 쇼핑물들이 대

적으로 큰 폭의 할인 행사를 벌였다"며 "11번가, G마켓, 옥션 등 주요 쇼핑물들이 행사를 했던 영향이 많이 반영됐다"고 설명했다.

의복 거래액이 1조4595억원으로 13.7%의 가장 높은 비중을 차지한다. 여행 및 교통서비스(1조2738억원·12.0%), 가전·전자·통신기기(1조2005억원·11.3%), 음·식료품(9114억원·8.6%), 화장품(8879억원·8.4%) 등이 그 뒤를 잇는다.

상품군별 증가율을 보면 바코드 형식의 상품권으로 거래되는 e-쿠폰서비스가 79.4%로 가장 높았다. 가정 간편식이 점점 다양화되면서 이를 선호하는 소비자 트렌드가 지속되고 있다. 피자, 차킨 등 배달서비스를 의미하는 음식서비스가 1년 전 대비 70.9% 늘었다. 커피, 차, 음료, 생수 등 공산품과 김치, 장류 및 장아찌류 등 찬을 포함한 음·식료품 역시 1년 전보다 32.3% 늘어났다.

미세먼지가 잦아지면서 공기청정기, 건조기 등 '안티폴루션(anti-

pollution)' 제품 판매가 늘었다. 할인 행사 등으로 인해 대형 가전 등 판매도 호조를 보였다. 이에 가전·전자·통신기기의 1년 전 대비 증가율이 27.9%를 기록했다.

철도 및 버스 여행을 온라인으로 예약하고 구매하는 빈도가 늘어난 데다 내국인 출국자도 증가하면서 여행 및 교통서비스(22.7%) 역시 20%가 넘는 증가율을 보였다.

이밖에 가구(30.8%), 농·축·수산물(26.9%), 문화 및 레저서비스(24.7%), 사무·문구(21.5%), 화장품(20.3%) 등의 증가율이 두드러졌다.

모바일 이용이 확산되고 간편결제 서비스도 발전하면서 모바일로 이뤄지는 거래액 역시 사상 최고치를 재차 경신했다. 온라인쇼핑 거래액 중 모바일을 통해 이뤄진 금액은 6조5967억원으로 1년 전(5조1552억원)보다 28.0%(1조4415억원) 늘었다. 모바일쇼핑 거래액이 온라인쇼핑 총 거래액에서 차지하는 비중도 62.1%로 1년 전(59.2%)보다 2.9%p 늘었다.

상품군별 증가율을 보면 e-쿠폰서비스(82.1%)와 음식서비스(78.7%)가 두드러졌다. 전체 온라인쇼핑에서의 비중을 보면 음식서비스(90.9%), e-쿠폰서비스(82.7%), 아동·유아용품(74.3%) 등이 높았다.

온라인쇼핑 동향 조사는 인터넷 상에서 거래를 주로 하고 주문 기능이 있는 온라인쇼핑 운영 업체 약 1000개를 대상으로 매월 이뤄진다. 표본 개편으로 시계열 비교가 가능한 시기는 2017년 이후부터다.

뉴시스

## 전남도 '제로페이' 도입...소상공인 카드수수료 0%대

### 스마트폰 QR코드 이용 간편결제 시스템

전남도가 올해부터 전남 전역에 '제로페이(Zero Pay)'를 시행, 카드 수수료 부담 없는 소상공인 경영 여건을 조성키로 했다.

1일 전남도에 따르면 그동안 소상공인에게 큰 부담으로 작용했던 신용카드 수수료를 없애기 위해 민선7기 도지사 공약사업인 '제로페이'를 올해부터 시행한다.

소비자의 스마트폰으로 소상공인 가맹점의 QR코드를 스캔하고 구매금액을 입력하면 소비자 계좌에서 소상공인 계좌로 구매대금이 즉시 이체되는 간편결제 시스템이다.

제로페이가 시행되면 중간에서 은행과 결제 플랫폼으로 지불했던 결제수수료가 연매출 구간별로 감면돼 0%대에 가까운 수수료가 적용된다.

현행 수수료는 연매출 3억 원 이하 영세사업자 0.8%, 5억 원 이하 중소기업자 1.3%, 10억 원 이하 2.1%다. 반면 제로페이 수수료는 연매출 8억 원 이하 0%, 12억 원 이하 0.3%, 12억 원 초과 0.5% 이내다.

전남도는 제로페이 도입을 위해 지난해 7월 중소벤처기업부, 서울시와 함께 '소상공인 수수료 부담 제로 결제서비스' 도입 협약을 체결하고 결제표준 제정과 시스템 구축을 위해 민·관 협업 TF(29개 기관·업체)팀을 운영해왔다.

또 가맹점 확보와 이용자 확대가 제로페이 성공 관건인 만큼 홍보에 총력을 기울이고 있다. 기존 신용카드의 각종 혜택과 경쟁을 위한 다양한 인센티브도 적극 검토하고 있다.

전남도는 제로페이 서포터즈와 도민명예기자단을 활용해 도내 소상공인 13만 사업체 중 2019년 50%의 가맹점을 확보하고 2020년 80%까지 늘린다는 목표다. 제로페이 초기 정착을 위한 추가 인센티브 개발과 도민 홍보에도 행정력을 집중할 계획이다.

김산남 전남도 경제에너지국장은 "소상공인에게 부담이 되는 비용은 줄이고 매출은 높이는 부트래킹 전략의 하나로 제로페이 정착에 최선을 다하고 연구용역 중인 '전남 새천년상품권' 발행도 최대한 앞당길 계획"이라며 "현장에서 필요로 하는 시책을 계속 발굴해 소상공인이 행복한 전남을 실현해 나가겠다"고 말했다.

가맹점 가입 신청과 제로페이에 대한 상세 정보는 제로페이 누리집(www.zeropay.or.kr)을 통해 확인할 수 있다.

김성환 기자

## KT, 케이뱅크와 KT멤버십 더블혜택 체크카드 출시



KT는 케이뱅크와 제휴를 맺고 KT멤버십 가입 고객을 위한 '케이뱅크 X KT멤버십 더블혜택 체크카드'를 출시했다고 2일 밝혔다.

더블혜택 체크카드는 ▲KT멤버

십 할인과 케이뱅크 제휴를 맺고 KT멤버십 가입 고객을 위한 '케이뱅크 X KT멤버십 더블혜택 체크카드'를 출시했다고 2일 밝혔다.

더블혜택 체크카드는 케이뱅크 모바일 애플리케이션(앱)에서 발급 신청이 가능하며, 연회비는 없다.

안효조 케이뱅크 사업총괄본부장은 "더블혜택 체크카드 출시로 KT멤버십 고객들이 그동안 체험하지 못했던 놀라운 혜택을 경험할 수 있기를 기대한다"며 "앞으로도 케이뱅크는 통신과 금융의 융합 시너지 창출에 적극 나서 새로운 고객 혜택을 제시해 나갈 것"이라고 말했다.

한편, 케이뱅크는 우리은행 및 GS25 편의점의 ATM에만 적용했던 입출금 및 이체 수수료 면제를 이달 1일부터 전국 모든 은행 ATM으로 확대했다.

KT멤버십 할인 차감된 포인트만큼 현금 캐시백... '더블혜택' 이용실적에 따라 통신요금 5~20%, 최대 2만원 캐시백 혜택 카드 이용 실적 조건 없이 해외 ATM 이용 수수료 전액 면제

십 더블할인 ▲KT통신요금 캐시백 ▲해외서비스 수수료 면제 등 실생활에서 유용한 혜택을 제공한다. KT멤버십 더블할인은 스티브스, 푸레쥬르, 배스킨라빈스, 도미노피자, CGV 등 KT멤버십 제휴가맹점에서 더블혜택 체크카드로 결제하면 KT멤버십 포인트 할인 적용이 가능하다. 여기에 KT멤버십으로 할인

## 중소기업부 지원 전남 농수산물식품 '홍콩 푸드 페스티벌'서 호평

중소벤처기업부 광주전남지방청(청장 직무대행 정재경)은 중소기업 지원 전라미향 수출컨소시엄이 '제16회 2018 홍콩 푸드 페스티벌'에 참여하여 318만불의 수출 계약을 달성했다고 밝혔다.

홍콩 종합 전시장에서 열리는 본 박람회는 홍콩 연말 대표 박람회로 매년 12월에 개최되고 있으며, 8개국에서 580개 이상의 부스

가 설치되어 다양한 국가의 식품을 한 곳에서 볼 수 있는 공간으로 꾸러졌다.

이번 박람회에는 참살이 영농조합법인(대표 신세호) 등 10개사가 참여해 수출컨소시엄 참여기업 20개사 생산제품을 함께 홍보했으며, 유자차, 전복가공품, 유과, 조미김 등 지역 특산 가공식품에 대해 318만불의 현지 수출계약을 성

사시켰다.

2017년부터 수출컨소시엄 사업에 참여하고 있는 전라미향은 바이어 초청, 현지방문 등 적극적인 시장개척을 통해 2,272만불의 수출 계약을 진행하였고, 2018년에는 전년 대비 4배에 달하는 8,843만불의 수출 물량을 계약 하는 등의 성과를 내고 있다.

서은홍 기자

**임산부 배려식, 누구를 위한 자리입니까?**

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

한국언론진흥재단