

지방거주민 36% “내 고장 곧 사라질 것”

수도권 제외 지역 성인 남·여 1308명 대상 환경연 “지방 자생력 확충 위한 지원 시급해”

서울과 경기도 수도권을 제외한 지방에 거주하고 있는 시민들 36.7%가 10년 이내에 자신이 거주하고 있는 지역이 경제 위축 등의 원인으로 ‘소멸’할 것이라고 생각한다. 이는 조사결과가 나왔다.

한국경제연구원은 시장조사 전문기관 모노리서치에 의뢰해 ‘지역경제 현황 및 전망’에 대한 인식 조사를 실시한 결과 이같이 나타났다. 10일 밝혔다.

이번 조사는 지방에 거주하는 만 19세 이상 남·여 1308명을 대상으로 진행됐으며 95% 신뢰 수준에서 표본오차는 ±2.7%다. 조사에서 언급한 ‘지역 소멸’은 경제 위축, 일자리 감소, 저출산 고령화 등의 요인으로 해당 지역이 행정을 포함한 지역 기능을 상실하는 것을 의미한다.

설문 응답자 중 85.2%는 올해 지역경제가 작년보다 악화됐다고

밝혔으며 체감경기 수준이 지난해의 68.9% 정도라고 답했다. 지역경제 위축 원인으로서는 △지역산업 위축(28.4%) △지역재정 악화(24.3%) 등이었고, 개선과제는 △지역산업 활성화(46.3%) △저출산·고령화 대응(15.6%) 등으로 지적되었다.

특히 응답자 중 60.6%는 본인이 거주하고 있는 지역이 시간이 갈수록 따라 소멸될 것이라고 생각했고 이 중 60.6%는 자신의 지역이 10년 이내 소멸될 것이라고 전망했다. 계산해보면 응답자 중 36.7%가 자신의 거주지가 10년 이내 지역으로서의 기능을 잃게 될 것이라고 답한 것이다.

지역별로는 울산(78.4%)에서 자신의 지역이 소멸할 것이라는 응답 비율이 높았고 이어 전북(77.2%), 세종(77%), 경북(67.6%), 충남(66.3%), 강원(65.1%), 전남(64.9%), 경남(60.6%) 순이었다.

이에 대해 유환익 환경연 혁신성장실장은 “지방경제는 최근 제조업 약화→인구 감소→서비스업 위축→주택 및 부동산 침체→인구 감소→내수 기반 약화라는 악순환에 갇혀있다”라며 “지역적 특성을 반영한 산업구조의 개편, 관광산업 활성화 등 지방 자생력 확충을 위한 지원에 나서야 할 때”라고 주장했다.



이마트 크리스마스 감귤 10일 오전 서울 이마트 용산점 에서 모델들이 귀여운 이모티콘 스티커를 붙여 선물하기 좋은 '크리스마스 감귤'을 선보이고 있다. 크리스마스 감귤은 박스 내 귀여운 이모티콘 스티커 및 나눔 봉투 등이 들어있어 스티커로 꾸민 귤을 포장해 지인들에게 선물할 수 있다.

신협 등 상호금융 재정건전성 ‘빨간불’

신협 수협 농협 등 상호금융조합의 자산건전성에 빨간불이 켜졌다. 대출 연체율은 4년9개월만에 최고 수준에 올라섰고 고정이자여신비율도 급등한 것으로 나타났다.

금융감독원이 10일 발표한 신협·농협·수협·산림조합 등 총 2230개 상호금융조합의 3분기 실적에 따르면 상호금융조합의 3분기 누적(1~9월) 당기순이익은 2조 4208억원으로 전년 동기(2조 9232억원) 대비 17.2%(5024억원) 감소했다.

이같은 실적 부진은 신용사업 이익 감소와 경제사업 손실 확

2.00%로 지난 2014년말(2.62%) 이후 4년9개월만에 가장 높았다. 지난해 말(1.32%) 대비 0.68%p 급등했으며 전년 동기(1.56%) 대비로도 0.44%p 올랐다. 고정이자여신비율도 2.15%로 전년 말(1.52%) 대비 0.63%p 상승했다.

9월말 신협 연체율은 3.22%로 1년전(2.13%)보다 1.09%p 급등했고, 수협 연체율도 같은 기간 2.05%에서 3.03%로 0.98%p 치솟았다. 산림조합의 경우 1.16%에서 2.03%로 0.87%p, 농협의 연체율은 1.06%에서 1.59%로 0.53%p 상승했다.

수익성도 모두 나빠졌다. 총자

9월말 누적 순익 2.4조원 전년 대비 17.2% 감소
연체율 2.00% 2014년말 이후 최고...신협 수협 급등

대 등에 따른 것이다. 신용사업 순이익(3조 9367억원)은 판매·관리비(1944억원)와 대손충당금전입액(831억원) 증가로 전년 동기(4조 698억원) 대비 3.3%(1331억원) 줄었다. 경제사업 손실(-1조 5159억원)은 농산물 가격 하락·판매 부진 등으로 전년 동기(-1조 1466억원) 대비 3.2%(3693억원) 확대됐다.

업권별로 보면 농협(2조 1261억원, -3233억원), 신협(2481억원, -1191억원), 수협(413억원, -558억원), 산림조합(53억원, -42억원)의 당기순이익이 모두 감소했다.

특히 9월말 기준 연체율은

산이익률(ROA)은 0.40%로 전년 동기(0.63%) 대비 0.23%p 하락했다. 자기자본순이익률(ROE)은 4.71%로 전년 동기(6.07%) 대비 1.36%p 내려갔다.

상호금융조합 총자산은 535조 4000억원으로 전년 말(505조 9000억원) 대비 5.8%(29조 5000억원) 증가했으며, 총여신은 360조 1000억원으로 전년 말(347조 6000억원) 대비 3.6%(12조 5000억원) 늘었다.

금융원은 “잠재 위험요인에 대해 선제 대응을 강화하고 취약계층 지원 활성화 등을 유도할 것”이라고 말했다.

올해 1만대 클럽 새 주인공은?

	2019년 11월 누적	2018년 연간
볼보	9805대	8524대
아우디	9628대	1만2450대
지프	9615대	7590대
토요타	9288대	1만6774대
포드	7509대	1만1586대
랜드로버	6731대	1만1772대

*벤츠·BMW·캐스는 이미 1만대 클럽에 가입
자료: KADA

일본차 부진에 달라진 수입차 성적표

올해 상반기까지 국내 수입차 시장에서 승승장구하던 토요타가 3년 만에 1만대 클럽에서 탈락할 위기에 처했다. 지난 7월부터 이어진 일본차 불매운동 여파로 일본계 브랜드들의 판매량이 전반적으로 급감한 영향이 컸다.

일본계 브랜드들의 부진이 이어지며 독일계 브랜드들의 독주체제가 굳어졌고, 새로운 브랜드를 찾는 수요로 볼보·지프 등 중위권 브랜드들 역시 상승세를 탔다는 분석이다. 이로써 국내 시장에서의 영향력을 평가하는 기준으로 알려진 ‘1만대 클럽’도 지난해와 다른 모습을 보이고 있다.

10일 한국수입자동차협회(KAIDA)에 따르면, 한국토요타는 올해 1~11월 누적 판매량은 9288대로 집계됐다. 전년 같은 기간(1만5196대)과 비교해 38.9% 급감한 수치다.

올해 12월 판매량 집계는 남아있지만, 최근 흐름을 봤을 때 1만대 돌파가 쉽지 않은 상황이다. 토요타는 일본차 불매운동이 본격화된 지난 7월 이후 월 평균 594대에 그치고 있다.

이 경우 토요타는 3년 연속 1만대 클럽 달성도 불가능할 전망이다. 토요타가 국내 판매를 시작한 지난 2009년 이후 1만대 판매를 돌파한 해는 2012년,

2017년, 2018년 총 3번이다. 특히 지난해에는 1만6774대로 한국 진출 이후 최고치를 기록, 메르세데스-벤츠·BMW에 이어 수입차 업계 3위에 오르기도 했다. 올해 상반기 역시 누적 판매량 6319대로 3년 연속 1만대 돌파에 순항 중이었으나 불매운동 영향 이후 고전하고 있다.

아직 1만대 돌파 가능성은 남아 있다. 토요타는 지난 11월 판매량부터는 공격적인 할인 판매 전략으로 전달 대비 91.2% 성장, 판매 회복세를 돌아섰다. 이 때문에 연말 할인 정책 효과가 가장 크게 나타날 12월 실적이 1만대 돌파의 향방을 가를 전망이다.

다만, 일본차를 비롯해 독일차 역시 연말로 접어들며 대대적인 할인 프로모션을 실시하고 있어 가시적인 성과로 이어질지는 미지수다. 폭스바겐은 금융할인으로 아테온을 최대 22% 할인하고 있고, 아우디 역시 신형 A6에 한해 400만 원 안팎의 할인을 제공하고 있다.

수입차 업계 관계자는 “올해는 일본차 불매 운동 등 업계 변수가 많았다”며 “변수가 사라지는 내년에는 시장 상황이 다시 재편될 가능성이 높다”고 말했다.

뉴스1

광주, 대한민국 미래로

살기 좋고, 기업하기 좋은 광주에 투자하십시오

친환경 자동차-에너지-문화산업 육성

에어가전 및 공기산업 클러스터 구축

AI 중심 산업융합 집적화 단지 조성

풍부한 우수인력 및 연구개발 적극 지원

GWANGJU