재난지원금 효과? 고기값만 올렸다…물가상승 기여 '미미'

6월 소비자 물가 0.0%…소수점 둘째자리로는 0.01%

재난지원금 6월14일 82.4% 소진…6월중 모두 소진 추정

5월 중순부터 '전 국민'에 긴급재난지원금이 지급됐지만 올 6월까지도 물가 상승에 미치는 영향이 미미한 것으로 나타났다. 서비스물가 등의 상승률이 여전히 저조한 가운데 축산물 가격만 10.5% 오르면서 재난지원금이 '고기값만 올려놨다'는 지적도 나온다.

2일 통계청이 발표한 '6월 소비자물가동향'에 따르면 지난달 소비자물가지수는 104.87(2015년=100)로 1년 전과 같았다. 물가 상승률이 0.0%를 기록한 것이다.

지난 5월 소비자물가가 국제유가 약세 여파로 '마이너스' 물가 상승률(-0.3%)을 기록한 것과 비교하면 6월엔 '반등'한 셈이다. 하지만 소수점 둘째자리까지 보면 -0.01%로, 소비자물가가 상승세로 전환됐다고 보기는 어렵다.

소비자물가 상승률은 지난해 12개월 연속 1%를 밑돌다 올 들어 1~3월 1%대를 회복했다. 하지만 코로나19 사태로 4월 다시 0%대로 떨어진 이후 5월에는 0.3% 하락하며 8개월만에 '마이너스' 상승률을 나타냈다.

저물가 장기화로 디플레이션 우려가 커졌지만 정부는 최근 유가 반등과 재난지원금 지급 효과가 더해지면서 물가가 다시 오를 것으로 전망했다. 5월 중순부터 지급을 시작한 9조6176억원의 재난지원금이 시장에 풀리면서 물가 상승에 기여할 것이라는 기대였다.

재난지원금 지급으로 소매판매가 늘어나는 등 일부 효과는 있었다. 1일 통계청이 발표한 '산업활동동향'에 따르면 5월 소비를 나타내는 소매판매는 전월대비 4.6% 증가했다.

소매판매는 앞서 4월에도 5.3% 증가를 나타내면서 통계작성이 시작된 2000년 이후 처음으로 두달 연속 4% 이상 증가세를 기록했다. 정부는 이를 두고 코로나19 이전 수준을 회복했다고 평가했다.

하지만 이 같은 소매판매 회복이 소비자물가 상승으로 이어지지 않으면서 재난지원금의 효과도 제한적이었던 것으로 분석된다. 특히 지난달 농축수산물 물가 상승률은 4.6%를 기록했는데 봄철 이상 기온으로 작황이 부진했던 채소 가격이 오르는 등 다른 요인을 감안할 때, 순수하게 재난지원금 지급 효과로 보기는 어렵다는 지적이다.

올초 아프리카돼지열병 등의 여파로 소비 부진을 겪었던 돼지고기는 국내 코로나19 확산 초기인 3월 초부터 오름세가 이어지고 있다. 축산물품질평가원에 따르면 코로나19 감염증 확산에 따른 소비 부진으로 지난 2월 7일 1kg당 2986원까지 떨어졌던 돼지고기 도매가(탕박 기준)는 그달 14일 3187원을 기점으로 꾸준한 상승세를 이어져 이달 들어 5000원대를 나타내고 있다.

재난지원금이 감염병 사태에 따른 집밥 수요 증가로 꾸준히 늘고 있던 축산물 수요를 더 이끌어낸 부분을 감안할 때 '고기값을 올려놨다'는 말은 반은 맞고 반은 틀린 셈이다.

더 큰 문제는 7월 이후부터는 재난지원금의 '고기값 인상 효과'도 기대할 수 없다는 점이다. 행정안전부가 지난달 14일까지 집계한 신용·체크카드 재난지원금 사용액은 7조9275억원으로 지급액의 82.4%가 이미 시장에서 사용됐다.

안형준 통계청 경제통계동향심의관이 2일 정부세종청사 기획재정부 브리핑실에서 6월 소비자물가동향 브리핑을 하고 있다. 통계청은 6월 소비자물가지수는 전년동월대비 변동이 없으며 전월대비 0.2% 상승했다고 설명했다. 6월은 돼지고기, 국산쇠고기 등 신선식품 물가가 상승한 반면 유류 물가는 떨어졌으며 서비스 부문의 고교납입금, 학교급식비가 코로나19 영향으로 크게 감소했다.

6월말까지 사실상 대부분의 재난지원금이 시장에서 모두 사용됐을 것을 고려하면 7월부터는 소비를 촉진할 큰 요인 하나가 사라지는 셈이다. 정부도 7월 물가 상승 요인으로 재난지원금을 꼽지 않으면서 사실상 더 이상의 효과는 기대하기 어렵다는 판단을 내린 것으로 보인다.

통계청 관계자는 "이번 달 물가 상승요인으로는 지난달 상승한 국제 유가, 수요 증가에 따른 소매판매 회복 등이 있다"며 "하방요인으로는 사회적 거리두기에 따른 수요 위축, 올해부터 줄어든 공공서비스 가격 등을 들 수 있다"고 말했다.

신봉우 기자

제로페이 1년반만에 '안착' 보인다…月 결제액 천억원 유지

누적 결제액 5000억원 돌파…재난지원금 지급 이후 급증

제로페이가 1년 반만에 시장에 안착하는 모양새다. 지난 4월 이후 매월 결제액이 1000억원을 넘어섰고 누적 결제액도 5000억원을 돌파했다.

코로나19 로 인한 비대면 결제 수요 증가, 정부 재난지원금 지급 등이 영향을 미친 것으로 풀이된다.

중소벤처기업부와 한국간편결제진흥원은 지난 2019년 1월 28일 시작한 모바일 간편결제 시스템인 '제로페이' 누적 결제액이 5000억원을 돌파했다고 2일 밝혔다.

특히 결제액은 △4월(1021억원6000만원) △5월(1466억5000만원) △6월(1125억원7000만원) 등 매달 1000억원을 넘고 있는 상황이다.

양 기관은 이같은 증가 추세에 대해 △신종 코로바이러스 감염증(코로나19) 장기화로 인한 '비대면 소비' 증가 △정부와 지자체의 '재난지원금' 영향 △동행세일 영향 등이 복합적으로 작용했다고 자체 분석했다.

실제 가맹점 수는 코로나19로 비대면 결제에 대한 관심이 높아진 지난 3월 이후 증가했다. 특히 3월 가맹점 신청은 월 8만5000개에 달했다. 가맹점 누적 수는 지난해 말 32만4000개에서 지난 6월말 기준 56만9000개로 반년만에 75.6% 증가했다.

또 제로페이 모바일상품권은 현재 온누리상품권과 43종의 지역사랑상품권이 발행되고 있다.

정부의 긴급재난지원금(5월 부터)과 서울시 재난긴급생활비(4월 부터)도 제로페이 모바일상품권으로 지급돼 사용되고 있다.

모바일상품권 결제는 △편의점?마트(22.4%) △생활·교육(17.0%) △음식점(14.9%) 등의 순으로 지역사랑상품권?재난지원금이 사용 가능한 곳에 이용된 것을 확인할 수 있다.

아울러 대한민국 동행세일(6.26~7.12)은 지난달 26일부터 제로페이를 통해 5000원 이상 결제(지역사랑상품권 제외) 하면 결제금액의 5%를 돌려주는(페이백) 행사가 진행 중에 있다.

소비자는 총 29개 제로페이 결제 앱으로 이벤트 참여가 가능하며, 결제사별로 1인당 최대 5만원까지 돌려받을 수 있다.

제로페이 가맹점 56만9000개 가운데 소상공인 점포가 54만개(95.1%)로 조사됐다. 또 연 매출액 8억원 이하가는 52만개(91.9%)를 차지 하고 있다.

제로페이는 소상공인에 대해 0%대의 수수료로 결제 서비스를 제공하고 있다. 특히 연 매출액 8억원 이하인 소상공인 가맹점은 결제 수수료가 0%다.

결제실적은 전체 결제액 72.5%가 소상공인 가맹점에서 사용됐다.

구체적으로 연 매출액 8억원 이하의 가맹점에서 64.6%가 결제됐다. 가맹점의 업종에 따른 결제금액은 △음식점(22.7%) △편의점·마트(21.0%) △생활·교육(14.5%) △가구·인테리어(7.1%) △식자재·유통(6.5%) 순이었다.

윤완수 한국간편결제진흥원 이사장은 "제로페이가 1년 6개월 만에 누적 결제 5000억원을 돌파했다는 것은 우리 생활 속의 결제 인프라로 서서히 자리 잡아가고 있다는 신호"라고 평가했다.

권대수 중기부 소상공인정책관은 "동행세일 기간 중 5000억원을 돌파해 더욱 의미가 있다며 "제로페이가 소상공인 경영여건 개선에 도움이 되는 결제수단으로 정착되도록 정책적 지원을 다할 것"이라고 강조했다.

오유나 기자

GS리테일 "우리 농가 살리자"

전남 농산물 1500억원 구매한다

GS리테일은 전라남도와 구매 약정서를 체결하고 2021년말까지 1500억원 규모의 지역 농·수·축산물을 구매해 판매한다고 2일 밝혔다.

GS리테일은 이번 협약을 통해 전라남도 우수 농산물을 편의점 GS25, 슈퍼마켓 GS더프레시로 유통한다. 가정간편식(HMR), 밀키트 개발에도 전라남도 농가가 참여할 예정이다.

또 오는 7일까지 GS더프레시와 모바일 장보기쇼핑몰 GS프레시에서 '전남 명품 특산물전'을 열고 총 180톤(t) 상당의 농·수·축산물을 할인가에 판매한다.

앞서 GS리테일은 전라남도 농가와 어민을 돕기 위해 △완도 전복 지정양식장 운영 △고흥주대마늘 판로 지원 △전라남도 수산물 대전 등 소비촉진행사를 잇달아 개최했다. 그 결과 매년 전라남도는 800억원, 충청남도는 700억원 규모의 판로 지원 성과를 창출하고 있다.

곽용구 GS리테일 신선식품 부문장은 "중소기업 및 농·수·축산인과의 상생 사례를 많이 만들게 돼 보람과 자부심을 느낀다"며 "앞으로도 전라남도의 우수한 상품을 발굴해 다양한 지원과 판로를 확대하며 고객 만족을 높이고 소상공인 살리기에 매진해가겠다"고 말했다.

현대차 포터, 캠핑카로 변신…'포레스트' 출시

'움직이는 집' 콘셉트 4인 가족도 거뜬…가격 4899만원부터

현대자동차는 소형 트럭 포터 II를 기반으로 한 캠핑카 '포르스트'를 출시한다고 2일 밝혔다.

오는 6일 국내 출시 예정인 포터 캠핑카 포레스트의 개발 및 제작 콘셉트는 '움직이는 집'이다. 펫네임 '포레스트(Porest)'는 포터(Porter)와 휴식(Rest)을 결합해 만들었으며, 콘셉트와 펫네임에 어울리는 편안하고 넓은 실내 공간을 제공한다. 최대 4인 가족도 사용할 수 있도록 설계됐다.

국내 캠핑카 등록 대수는 2014년부터 5년간 약 5배가 증가했다. 주 52시간 근무제 시행에 따른 여가 활동 수요와 캠핑카 개조 규제 완화로 캠핑카 인기는 더 뜨거워지고 있다. 정부는 연간 6000대 차량이 캠핑카로 개조되면서 1300억원 규모의 시장이 생겨날 것으로 전망했다.

현대차는 포레스트를 개발하면서 공간 활용성에 가장 중점을 뒀다. △스마트룸 △스마트베드를 적용해 실내 공간을 전동 방식으로 확장할 수 있도록 했다. 스마트룸을 사용하면 차량 뒷부분이 800㎜ 연장되고, 확장된 부분은 침실로 활용할 수 있다. 스마트베드 기능으로 침실을 두 층으로 나눌 수도 있다.

포레스트는 2열 승객석에 주행`캠핑`취침 상황별로 다양하게 활용이 가능한 가변 캠핑 시트를 탑재해 내부 공간 활용도를 끌어올렸다. 가변 시트는 주행 중에는 시트, 캠핑 시에는 소파, 잘 때는 침대 용도로 쓸 수 있다.

포레스트에는 캠핑지에서 샤워실, 화장실 등의 공공시설을 이용할 때 겪는 사생활 침해 등 불편을 고려해 △독립형 샤워부스 △실내 좌변기를 선택사양으로 적용할 수 있다. 차량 내 각 창문에 커튼이 설치됐다. 또 태양광을 전기로 바꿔 주는 태양전지 패널도 사양으로 선택할 수 있으며 대용량 배터리 및 효율적인 충전시스템을 적용해 캠핑 중 배터리 방전에 대한 걱정을 줄였다.

이밖에 현대차는 포레스트 내에 냉난방기, 냉장고, 싱크대, 전자레인지와 같은 각종 편의사양을 제공해 고객들이 집과 같은 안락함을 느낄 수 있도록 했다. 다양한 캠핑카 기능은 포레스트의 직관적인 터치식 통합 컨트롤러로 제어 가능하며 블루투스 연결을 통해 스마트폰으로도 작동할 수 있다.

현대차 관계자는 "지금까지 애프터마켓에 의존하던 포터 캠핑카 시장에 고객의 니즈를 반영하여 포레스트를 선보이게 됐다"며 "포레스트 출시로 증가하는 국내 캠핑 수요 및 정부의 캠핑카 규제 완화에 부합할 수 있을 것"이라고 말했다.

포레스트 가격은 2인승 모델인 엔트리가 4899만원이며, 4인승 모델인 스탠다드와 디럭스는 각각 6430만원, 7706만원이다.

한편, 현대차는 포레스트의 고객 체험 기회를 확대하기 위해 오는 5일까지 경기도 킨텍스에서 열리는 '2020 캠핑 & 피크닉 페어'에 참가해 차량을 전시하고, 현대 모터스튜디오 고양에서 포레스트 상설 전시 및 고객 체험 프로그램을 운용할 예정이다.

김민정 기자

뉴욕타임스가 선정한 '세계 최고 라면' 농심 '○○○○○'

미국 3대 일간지 가운데 하나인 뉴욕타임스(The New York Times)가 세계에서 가장 맛있는 라면으로 농심 '신라면블랙'을 꼽았다.

2일 뉴욕타임스 제품 리뷰 사이트 와이어커터(Wirecutter)에 따르면 신라면블랙은 기자와 전문가들이 선정한 '세계 BEST 11 라면' 중 1위를 차지했다.

뉴욕타임스는 신라면블랙을 고급 제품으로 소개했다. 설렁탕 후첨양념이 들어간 진한 소고기 육수와 쫄깃한 면발이 주는 훌륭한 식감 조합이 특징이라고 강조했다.

기사를 쓴 애나(Anna) 기자는 "전 세계 수천개 제품 중 각계 전문가들이 선정한 라면을 며칠에 걸쳐 시식했다. 공정한 결과를 위해 모든 제품은 포장지에 적힌 표준 조리법대로 조리했다"고 말했다.