이자도 못내는 韓 '한계기업', OECD에서 5번째로 높아

OECD 가입국 대상…3년간 '한계기업' 비중 조사 결과
韓, 지난해 기준 17.9%…24개 국가 중 다섯 번째 높아
기업 100개 중 18개, 영업이익으로 이자비용 감당 못해
한계기업 비중 가장 적은 일본(1.9%)보다 16%p나 높아

우리나라의 '한계기업' 비중이 경제협력개발기구(OECD) 회원국 가운데 5번째로 높은 것으로 나타났다.

13일 전국경제인연합회(이하 전경련)가 OECD 가입국을 대상으로 영업이익으로 이자비용도 내지 못하는 상태가 3년간 지속되는 '한계기업' 비중을 조사한 결과, 한국의 한계기업 비중은 지난해 기준 17.9%로, 조사대상 24개 국가 중 다섯 번째로 높은 것으로 드러났다.

◇기업 100개 중 18개는 한계기업, OECD 평균보다 높아

2019년 기준 한국의 한계기업 비중은 17.9%로 조사됐다. 100개 기업 중 18개 기업은 2017~2019년 3년 간 영업이익으로 이자비용조차 감당하지 못했다.

한국의 한계기업 비중은 OECD 24개국 중 다섯 번째로 높은데, 이는 경영실적이 좋지 않은 기업의 비중이 OECD 국가 중 5번째로 많다는 의미다.

한국은 OECD 평균 한계기업 비중 12.4%보다 5.5%p 높고, 한계기업 비중이 가장 적은 나라인 일본(1.9%)보다 16%p나 높았다.

◇서비스업종 한계기업 비중 38.1%…OECD국 중 두 번째로 높아

국내 산업별 한계기업 비중을 조사한 결과, 서비스업은 38.1%로 가장 높았다. OECD 서비스 업종 평균 한계기업 비중 10.1%를 크게 웃도는 수치다.

조사대상 24개 국가 중 터기(40%)만이 유일하게 우리나라보다 서비스업종의 한계기업 비중이 근소하게 높았다. 코로나 19로 레저, 관광, 호텔업 등 서비스업종이 큰 충격을 받은 상황에서 향후 서비스업종의 한계기업 비중은 크게 증가할 것으로 보인다.

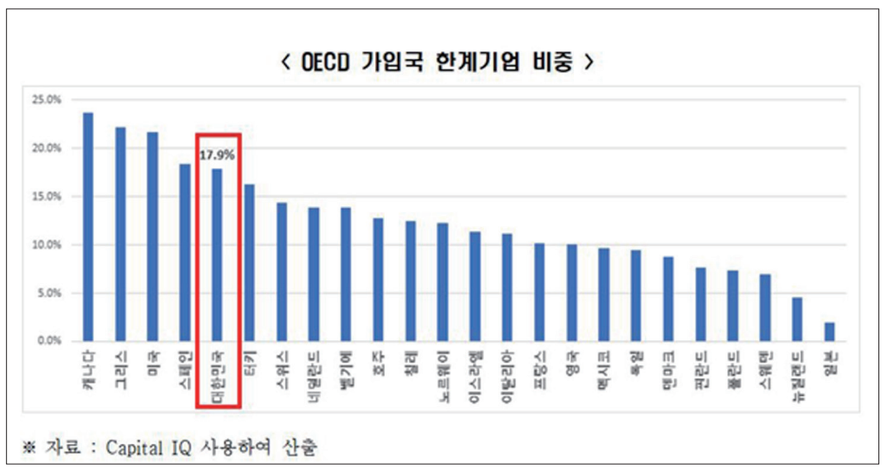
서비스업 다음으로 우리나라에서 한계기업 비중이 높은 산업은 부동산업(30.4%), 운송업(24.3%)이었다.

한계기업 비중이 가장 낮은 업종은 식료품 소매업(4.7%)으로 조사됐다.

◇한계기업 비중 2.5%p 증가, OECD국 중 6번째

한국의 한계기업 비중은 2017년 15.4%에서 2019년 17.9%로 2.5%p 증가했다. 이는 조사대상 24개국 중 한국의 한계기업 비중 증가폭이 6번째로 큰 것이다. 더욱 심각한 것은 지난해 기준 한국보다 한계기업 비중이 높은 미국, 캐나다, 스페인, 그리스는 같은 기간 한계기업의 증가폭이 우리나라보다 낮다는 점이다.

미국 1.2%p, 캐나다 3.2%p, 스페인 4.0%p, 그리스 5.1%p의 증가폭을 기록했다. 이러한 추이가 계속된다면 OECD 국가 중 한국의 한계기업 비중 순위는 향후 더 나빠질 것으로 보인다.



유환익 전경련 기업정책실장은 "코로나19로 인해서 향후 한계기업이 폭증할 우려가 큰 상황이고, 한계기업 증가는 국가경제에 큰 부담으로 작용할 수 있다"며 "규제를 완화하고 친기업적인 환경을 만들어 한계에 다다른 기업들이 스스로 살아날 수 있게 해야 한다"고 말했다.

기동취재본부

식품업계, '코로나 추석' 선물 프로모션도 온라인

언택트 추석 전망에 식품업체들 추석 선물 프로모션도 대폭 수정

올해 추석에는 고향을 방문하는 이들보다 집에서 명절을 보내는 이들이 증가할 것으로 예상됨에 따라 식품업계의 추석 선물 프로모션 전략도 대폭 수정되고 있다.

주요 식품 기업들은 매장을 직접 방문하지 않고도 온라인을 통해 간편하게 추석 선물을 준비할 수 있도록 한다는 계획을 잇따라 내놓고 있다. 사상 초유의 언택트 추석을 맞아 식품기업들의 온라인 프로모션이 성공을 거둘 지 주목된다.

13일 식품업계에 따르면 정부는 올해 추석에 고향과 친지 방문을 최대한 자제해 이동량을 줄이고 성묘와 봉안시설 방문도 온라인 서비스를 이용해달라고 당부했다.

수도권 지역에서 사회적 거리두기 2.5단계 시행으로 코로나19 대확산에 대한 우려는 꺾였지만 아직도 곳곳에서 집단감염이 지속되고 있어 인구 밀집을 최소화해야 한다는 권고가 내려졌다.

식품업계도 발빠르게 움직이고 있다. 오프라인 매장을 방문하는 이들이 예년보다 크게 줄어들 수 있다는 점을 감안해 주요 기업들은 온라인 마케팅, 배송 서비스 등을 강화하며 소비자들의 지갑 열기에 나섰다.

CJ제일제당은 추석을 맞아 고객 편의 강화하는 차원에서 식품 전문몰 CJ더마켓의 언택트 서비스 및 제품을 확대하기로 했다.

먼저 '언택트 선물하기' 서비스를 준비했다. 오는 15일까지 CJ더마켓을 통해 선물세트를 구매하는 소비자를 대상으로 원하는 날짜에 배송 받을 수 있도록 했다.

최근 온라인 구매 증가로 인한 배송 병목이 우려되는 만큼 미리 준비하는 소비자의 혜택을 강화하는 차원으로 언택트 선물하기 서비스를 론칭했다고 CJ제일제당은 설명했다.

여러 배송지에 보내고 일괄 결제가 가능한 다중배송 서비스도 강화했다.

11곳까지는 고객이 직접 입력할 수 있으며, 이를 초과하는 경우에도 별도 신청 및 상담 절차를 통해 가능하다.

또 수령인의 전화번호만 입력하면, 선물 안내 문자가 발송되고 이후 수령인이 배송 정보를 직접 입력해 선물을 받는 서비스도 운영한다.

서비스 확대와 함께 '온라인 전용 선물세트'도 선보였다. '비비고 한상차림 선물세트', 'CJ 간편차림 선물세트', '고메 간편간식 선물세트'는 'CJ더마켓'에서만 구매 가능하다.

동원F&B가 운영하는 식품 전문 온라인몰 동원몰도 추석을 맞아 비대면 온라인 프로모션을 강화한 '추석 선물대전'을 오는 27일까지 진행한다.

'추석 선물대전'은 동원 선물세트를 비롯해 한우, 과일, 홍삼, 김, 수산물 등 1800여 종의 식품 세트와 생활용품 세트를 합리적인 가격에 만나볼 수 있는 기획전이다.

동원몰은 최근 코로나19 사태로 비대면 소비 문화가 확산되면서 매장을 직접 방문하지 않고도 온라인을 통해 간편하게 추석 선물을 준비할 수 있도록 각종 비대면 온라인 프로모션을 강화했다.

먼저 동원몰은 '기프티모아' 서비스를 운영한다. 선물을 보내는 사람은 받는 사람의 주소를 모르더라도 전화번호만 알면, 원하는 시점에 발송할 수 있다. 받는 사람은 간편하게 주소만 입력하면 원하는 날짜에 선물을 받을 수 있다.

또 100세트 이상 구매한 고객에게는 여러 명에게 선물 발송이 가능하도록 개별 배송 서비스를 지원해 편의성을 높였다. 100세트 이상 구매한 고객은 주문 시 신청양식에 맞춰 수량과 주소지 등을 입력하면 간편하게 각각의 선물세트를 보낼 수 있다.

서선옥 기자

"찾아가는 시스템에어컨 서비스"

LG전자, 아시아 6개국서 확대 운영

LG전자가 최근 필리핀, 인도네시아, 호주 등 3개 국가에서 찾아가는 시스템에어컨 서비스인 DMS(Direct Mobile Service)를 시작했다고 13일 밝혔다. 이는 2013년 베트남, 태국, 싱가포르에 이어 아시아 6개 국가로 확대한 것이다. 필리핀 현지의 LG전자 시스템에어컨 서비스 엔지니어가 DMS 전용 차량을 소개하고 있다.

LG전자가 국내에서 호평받은 '찾아가는 시스템에어컨 서비스'를 아시아 6개 국가로 확대했다고 13일 밝혔다.

LG전자는 최근 필리핀, 인도네시아, 호주 등 3개 국가에서 시스템에어컨 DMS(Direct Mobile Service)를 시작했다. DMS는 수급에 시간이 소요될 수 있는 주요 부품을 전용 차량에 상시 보유하면서 고객이 서비스를 신청하면 즉시 현장에 출동하는 서비스다.

이를 통해 고객이 오후 3시 전 서비스를 접수하면 서비스 엔지니어가 가급적 당일에 방문하고 부품 수급에 소요되는 시간을 절약해 2일 내 수리를 완료한다.

또 DMS는 제품 수리 외에도 서비스 엔지니어가 LG전자 시스템에어컨이 설치된 현장을 정기적으로 방문해 제공하는 능동적 사전 점검 및 유지보수를 포함한다. 이 서비스는 시스템 작동 상태를 점검하고 필요한 사전 조치를 취함으로써 제품 수명을 늘리고 에너지 효율을 높일 수 있다.

앞서 LG전자는 2013년 베트남, 태국, 싱가포르에 해당 서비스를 처음 선보였다. LG전자는 지난 2011년부터 국내 시스템에어컨 고객을 대상으로 DMS를 제공해오고 있다.

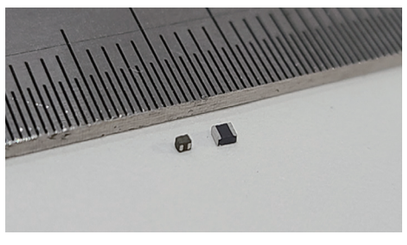
LG전자는 공간 맞춤형 공조 솔루션과 차별화된 서비스를 글로벌 고객에게 제공하고 있다. 대용량 시스템 에어컨의 대표제품인 '멀티 브이'(Multi V)는 독자 개발한 고효율 인버터 컴프레서를 탑재해 높은 성능과 에너지 효율을 동시에 갖춰 상업용 공조시장에서 두각을 나타내고 있다.

중소용량 시스템 에어컨의 대표제품인 '멀티 브이 에스'(Multi V S)는 실외기 1대에 최대 16대의 실내기를 연결할 수 있어 대형 주거공간도 냉난방이 가능하다. 실내기도 벽걸이, 카세트, 덕트 가운데 고객이 원하는 타입을 선택해 설치할 수 있어 인기가 높다.

김민정 기자

삼성전기, 세계서 가장 작은 '파워인덕터' 개발

전자기기 고성능·다기능화로 초소형 파워인덕터 수요 증가



파워인덕터(왼쪽부터 0804, 1210 사이즈) 크기를 비교하고 있다.

삼성전기가 세계에서 가장 작은 파워인덕터를 개발했다고 13일 밝혔다.

이번에 개발한 파워인덕터는 0804크기(가로 0.8mm, 세로 0.4mm)로 기존 모바일용 제품 중 가장 작았던 1210크기(가로 1.2mm, 세로 1.0mm) 대비 면적을 대폭 줄이면서 두께는 0.65mm에 불과한 초소형 제품이다. 삼성전기는 이 제품을 글로벌 모바일 회사로 공급할 계획이다.

파워인덕터는 배터리로부터 오는 전력(파워)를 반도체에 안정적으로 공급하는데 필요한 핵심부품으로 스마트폰, 웨어러블 기기, 전기자동차 등에 필수로 사용된다. 최근 IT기기는 점차 경박단소화 되고, 5G통신, 멀티카메라 등 다기능·고성능화로 탑재되는 부품의 수가 늘어나 내부에 부품 실장공간이 줄어들어 초소형 제품이 요구된다. 또한 부품의 스펙이 좋아지면서 사용하는 전력량이 늘어나 높은 전류를 견딜수 있는 파워인덕터가 필요하다.

파워인덕터 성능은 일반적으로 원자재인 자성체(자성을 지닌 물체)와 내부에 감을 수 있는 코일(구리선) 수에 의해 결정된다. 즉, 파워인덕터의 성능을 높이기 위해서는 자성체 특성 개선과 한정된 공간에서 더 많은 코일을 감아야 한다.

삼성전기는 적층세라믹커패시터(MLCC)로 축적한 재료기술과 반도체용 기판 제조 공법을 적용해 기존보다 크기는 절반이상 줄이고 전력손실을 개선했다. 통상적으로 파워인덕터는 개별 단위로 가공하는 것과 달리 삼성전기는 기판 단위로 만들어 생산성을 높이고 제품의 두께도 얇게 개발했다.

삼성전기는 나노급의 초미립 파우더가 적용된 원자재를 독자 개발했으며, 반도체 제조에 사용되는 감광공법(빛을 이용해 회로를 새기는 제조법)을 적용해 코일을 미세한 간격으로 구현하는데 성공했다.

삼성전기 중앙연구소장 허강헌 부사장은 "전자제품의 성능이 높아지고 기능이 많아질 수록 내부 부품 크기는 줄고, 성능과 용량은 개선되야 한다. 이를 위해서는 차별화된 기술이 필요하다"며 "삼성전기는 소재 기술과 미세공법 기술을 보유한 유일한 회사로 기술간 융복합 통해 제품경쟁력을 한층 높이고 있다"고 밝혔다.

김미희 기자

전남도, 남도장터 '매출액 200억' 달성

역대 최대…지난해 매출액 27억 대비 7.4배 증가·회원수 8배 늘어

전남도 대표 농특산물 온라인 쇼핑몰인 '남도장터'가 지난 4일 기준으로 역대 최대인 200억 원의 매출을 달성했다.

전남도에 따르면 이번 200억 달성은 지난해 전체 매출액 63억 원 보다 212%를 초과 달성한 것으로, 지난해 같은 기간인 1~8월 매출액 27억 원보다 7.4배나 증가한 수치다.

또 8월말 기준 남도장터 입점 업체수는 996개, 상품수는 1만 3천 352개로 회원수도 25만 4천명을 넘어서 지난해 2만 8천명에 비해 무려 800%가 늘어났다.

이에 따라 전남도는 코로나19로 인한 언택트 소비 확대, 친환경 꾸러미 포인트 지급 등에 힘입어 남도장터 올해 매출액을 당초 150억 원에서 300억 원으로 상향 수정했다.

그동안 남도장터는 입점상품의 철저한 품질 관리와 함께 주요 온라인업체 31개사와 전략적 제휴를 맺었으며, 유통채널 다각화 및 모바일 시장 공략을 위해 남도장터의 모바일 앱을 오픈해 운영 중에 들어갔다.

또한 코로나19로 어려움에 처한 농어가를 돕기 위해 다양한 공동구매 캠페인을 펼쳐왔다.

국내 안내양TV 유튜브 방송을 시작으로 '싸게 싸게 남도 맛쇼핑' 등 SNS 홍보를 강화해 '남도장터'의 인지도가 날로 높아가고 있다.

입점업체의 온라인 판매 마케팅 지원을 강화하기 위해서도 광고 상세페이지 제작 및 홍보 동영상 등 제작에 업체당 300만 원을 지원, 제품 홍보를 강화했다.

이같은 다각적인 노력의 결과로 남도장터는 '2020 소비자가 뽑은 올해의 브랜드 대상'에서 농수축산물 종합쇼핑몰 부문 최고 브랜드로 선정돼 국민들에게 신뢰받는 농수축산물 온라인쇼핑몰로 자리매김 하고 있다.

특히 최근 집중호우로 인해 큰 피해를 입은 도내 농가를 돕기 위해 '남도장터'와 중소기업유통센터의 '동반성장몰'에서는 오는 23일까지 특별재난지역 전남 8개 시군에 소재한 제품을 대상으로 특판 행사를 펼치고 있다.

이와 함께 한가위를 맞아 30일까지 남도장터 매출액 200억 달성 기념 특판행사를 진행, 알뜰 선물세트부터 프리미엄 선물세트까지 총 596개 제품을 다양하게 출시해 소비자들의 눈높이에 맞춘 선물 또는 제수용품을 구입할 수 있도록 했다.

이번 추석 특판행사에서는 모든 품목에 대해 5만원 이상 구매 시 1인당 30%의 적립금(최대 1만 5천원 한도)을 지급하고, 정부 농산물 소비쿠폰을 함께 사용하면 최대 반값의 적립 혜택을 누릴 수 있게 된다.

김정환 기자