

온라인 주류 판매 허용 요구... “현실 못따라가” vs “부작용 우려”

주류업계 “온라인 판매 규제, 형평성 맞지 않아...제도적 장치 보완후 허용해야” 다양한 부작용 쏟아질 수 있다는 우려 제기...“청소년 일탈행위 심각해질 것”

온라인 주류 판매 허용에 대한 다양한 의견이 쏟아지고 있다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 비대면 소비가 일상화되면서 주요 소비 채널이 온라인으로 옮겨가고 있는 만큼 온라인 주류 판매가 허가돼야 한다는 목소리가 먼저 나온다.

하지만 부작용이 발생할 여지가 많다는 주장도 제기된다. 주류 구입이 쉬워지면 음주에 대한 경각심 약화는 물론 청소년에게 주류 판매가 이뤄질 수 있고 골목상권에도 영향을 줄 수 있다는 것이다.

17일 주류업계에 따르면 국제청은 지난해 일반음식점에 주류 자동판매기를 설치할 수 있도록 했다. 이어 지

난달 율해 안으로 허용 범위를 편의점 등으로 확대하기로 했다.

주민등록증이나 운전면허증을 통해 성인 인증을 하거나 모바일 어플리케이션과 연동해 성인 인증을 할 수 있는 장치가 있는 주류 자판기라면 설치가 가능하다는 것이 정부의 입장이다.

이와함께 정부는 ‘스마트오더’를 활용해 우리술 판로 확대를 지원하기로 했다. 주류 스마트오더는 스마트폰으로 주류를 주문하고 편의점에서 수령하는 판매 방식으로 대면 구매를 원칙으로 한다.

전통주를 제외하고 온라인물 등에서 주류 판매는 규제 대상으로 남게 됐다. 이 같은 상황에 한국수제맥주협회와 수제맥주업체 41개사는 “수제

맥주의 온라인 판매를 허용해달라”고 공개적으로 요구했다.

음식점이나 맥주전문점 등을 통해 판매되던 수제맥주가 코로나19 여파 이후 실시되고 있는 유흥차별 영업제한으로 인해 판로를 잃고 존폐 위기에 직면했다는 점을 전면에 내세웠다.

수제맥주업계는 주류산업에서 차지하는 비중이 미미한 소규모맥주면허를 가진 업체에 한해 먼저 온라인 판매를 허용한다면 부작용을 최소화하면서 업계에 살 길을 열어줄 수 있다고 주장했다.

주류업계 내부에서도 온라인 주류 판매 규제는 시대착오적인 행정이라는 지적이 쏟아진다. 소비 채널이 온

라인으로 옮겨가고 있는 상황에서 정



리감이 즐기고 있다”며 “주류 구매에 대한 접근성이 높아질 경우 쉽게 잦은 음주로 이어져 잘못된 음주 습관이 형성될 수 있다”고 지적했다.

또 온라인 주류 판매가 허용될 경우 제대로된 성인 인증이 이뤄지지 않을 경우 청소년들의 일탈 행위가 심각해질 수 있다는 주장도 제기된다.

한국수퍼체인유통사업협동조합 관계자는 “대면 판매를 원칙으로 하는 상황에서 우리나라는 술 구입이 쉽다는 지적이 나온다”며 “비대면 구입이 가능해질 경우 호기심이 많은 청소년 등의 술 구매가 쉬워지고 폐쇄도 심각할 것”이라고 말했다.

서선욱기자



이마트, 딸기 할인 판매

17일 서울 이마트 성수점에서 모델들이 딸기 채피언 행사를 소개하고 있다. 이마트는 오는 18일부터 ‘설향 딸기’를 신세계 포인트카드 적립 시 20% 할인, 8종의 프리미엄 딸기의 경우 행사 카드 구매 시 30% 할인 판매하는 행사를 진행한다.

“해외에 한국형 스마트시티 만든다”... ‘K-City’ 국제공모

해외 도시 11곳 선정 지원

국토교통부가 오는 18일부터 한국형 스마트 시티 수출을 위한 ‘K-City 네트워크’ 사업의 국제 공모를 시작한다고 17일 밝혔다.

이 사업은 정부 간(G2G) 스마트 시티 협력 사업을 발굴하고, 우리 기업의 해외 진출을 지원하기 위한 것으로 지난해 시작했다. 지난해 첫 국제공모에는 전 세계 23개국에서 80건을 신청했고, 우리 정부는 인도네시아, 페루, 터키 등 11개국 12개 도시를 선정해 협력을 시작했다. 사업 대상으로 선정되면 사업 발굴, 개발, 초청연수 등을 패키지로 지원한다.

국토부는 올해도 한국형 스마트 시티 개발을 희망하는 국가 중 11개 도시 내외를 선정해 지원할 방침이다.

올해는 사업참여 유형에 ▲스마트 도시개발형 계획수립(4곳 내외·각 4억~6억원) ▲스마트 솔루션형(4곳 내외·각 2억~3억원) 계획수립 등 외에 ▲스마트 솔루션 해외실증 지원유형이 추가됐다.

이 유형은 우리 기업이 개발한 우수 기술과 제품에 대한 해외 실증 기회를 만들어 수출 경쟁력을 확보하기 위해 도입됐다.

우수 솔루션을 보유한 국내기관·기업이면 해외 협력기관과 컨소시엄을

구성해 참여할 수 있다. 국토부는 올해 3개 내외의 사업에 대해 사업별 6억원 이내의 사업비를 지원할 예정이다.

솔루션 실증을 위한 예비 타당성조사 또는 개념설계(Concept Paper)가 있거나, 실증을 희망하는 국내·외 정부 또는 기관 등에서 사업비를 매칭하는 경우 선정 시 우대할 계획이다.

국토부는 오는 6월 말 대상 국가와 지역을 선정해, 내년 상반기까지 협력 사업을 수행한다.

또 사업 타당성이 있는 민간합작투자사업(PPP)의 경우, 본 사업으로 연계될 수 있도록 PIS펀드 또는 세계은행(WB), 미주개발은행(IDB) 등 다자개발은행(MDB)과 공동투자 등 후속 재정지원 협의도 적극 추진할 예정이다.

국토부 최일락 도시정책관은 “이 사업은 전 세계 스마트시티 수요와 인프라 여건 등에 맞게 우리의 스마트시티 개발 경험을 전수하고, 국내 스마트시



티 기업의 해외 판로 개척기회를 지원하는 정책수단이 될 것”이라고 말했다.

이어 “특히, 올해 처음 도입되는 스마트 솔루션 실증 사업을 통해 한국의 우수한 기술이 해외 실증 실적을 쌓아 전 세계 스마트시티 시장을 주도할 수 있도록 적극 지원해나갈 계획”이라고 밝혔다.

기동취재본부

쿠팡, 상시직 전환 일용직 3천명에게도 공짜 주식 준다

상시직 장려 정책 연장선...목표인원 3000명

미국 증시 상장을 앞둔 쿠팡이 현재의 상시직 뿐 아니라 앞으로 상시직으로 전환하는 일용직에게도 주식을 무상 부여하기로 했다.

17일 쿠팡에 따르면 현장 근로자 대상 1000억원 상당의 주식 부여는 상시직 현장 근로자 뿐 아니라 상시직으로 전환하는 일용직도 포함된다. 성장

에 중추적 역할을 담당한 직원들을 격려하고 성장 과실을 나누기 위해 현장 근로자 전원에게 주식을 무상 지급한다. 회사의 성장과 직원의 성장이 함께 가졌다는 것이다.

일용직 근로자 대상 주식 부여는 내달 5일까지 상시직으로 전환하는 사람을 대상으로 한다. 목표인원은 약 3000명이다. 전환 규모는 물류센터별로 상이하다. 채용 현황에 따라 조기 마감될 수 있다.

쿠팡은 일용직에게 상시직 전환을 지속적으로 제안해 왔다. 이번 주식 무상 부여를 통해 상시직 전환을 유도하는 것도 근로자에게 안정적인 근로 조건을 제공한다는 쿠팡의 평소 철학에서 나온 것이라고 회사는 설명했다.

최이슬기자

쿠팡 가치와 비교해보니...네이버 80조 가능하다

증권가 “네이버쇼핑 가치 재평가 기회”

전자상거래업체 쿠팡의 미국 뉴욕 증권거래소(NYSE) 상장 추진 소식에 증권가에서는 국내 1위 이커머스 사업자 네이버쇼핑을 주목하고 있다.

앞서 쿠팡은 지난 12일 뉴욕증권거래소에 상장 신고서를 제출했다. 증권가는 상장에 필요한 절차를 거친 뒤 대략 3월에 증시에 데뷔할 것으로 전망하고 있다.

쿠팡 기업가치가 최대 55조원까지 거론되면서 이커머스 업계 몸값에도 재평가가 이뤄질 것으로 보인다.

교보증권에 따르면 국내 이커머스 시장은 지난해 같은 기간보다 19.1% 성장한 161조원 규모를 기록했다. 이 중 네이버와 쿠팡의 점유율은 각각 17%, 13%로 1, 2위를 차지했다. 2016년 네이버와 쿠팡의 시장 점유율은 각각 7%, 4%에 불과했다.

쿠팡의 상장 추진 소식 이후 네이버가 단연 주목을 받고 있다. 17일 유가증권시장에서 오후 1시29분 현재 네이버 주가는 전 거래일 대비 3500원(0.89%) 내린 39만5000원에 거래되고 있다.

네이버는 전일 장중 40만5000원

까지 치솟으며 2018년 10월 액면분할 이후 처음으로 40만원 돌파하기도 했다.

시가총액도 64조627억원으로 불어나며 시총 3위 LG화학을 뒤쫓고 있다. 네이버는 올 들어 34.7% 오르며 가파른 상승세를 보이고 있다.

증권가에서는 네이버쇼핑의 가치를 재평가할 기회라고 평가했다. 박현주 미래에셋그룹 회장도 네이버를 유망한 투자처로 꼽았다.

박 회장은 지난달 15일 자사 유튜브 채널인 ‘스마트 머니’에 출연해 “쿠팡과 네이버쇼핑의 혁신을 높게 평가한다.

쿠팡이 아마존 카피한 거 아니냐고 하지만 카피하는 것도 대단히 중요한 전략”이라며 “네이버가 검색이나 쇼핑만 아는데 다른 면이 있는 것을 볼 필요가 있다”고 언급했다.

박지원 교보증권 연구원은 “지난해 12월 기준 쿠팡의 활성 고객 수는 1485만명이며, 이 중 32%가 로켓와우 멤버십을 사용하고 있다”면서 “네이버는 지난해 연간 기준 스마트스토어 결제자 수가 2000만명이며, 판매자 수는 41만명으로 쿠팡 대비 2배 이상”이라며 네이버 ‘배



수’를 권고했다.

박 연구원은 “쿠팡과 사업 전략은 다르나 빠른 거래액 성장, 높은 판매자와 사용자 호응도, 파트너십을 통한 벨류체인 강화 측면에서 경쟁우위를 갖추고 있는 네이버 쇼핑의 가치가 재평가 될 것으로 기대한다”고 말했다.

증권가에선 쿠팡과 비교해 네이버의 기업가치가 최대 82조원에 이를 수 있다는 평가도 나온다. 현대차증권은 목표시총을 근거로 네이버의 목표주가를 45만원에서 50만원으로 상향 조정했다.

김현용 현대차증권 연구원은 “쿠팡은 올해 총 거래액(GMV) 기준 P/GMV(PER/GMV) 1.0~1.7배로 아마존 대비 절반 수준이고, 알리바바와 유사하다”며 “네이버 쇼핑부문은 외형 측면에서 쿠팡과 1위를 다투는 사업자로, 자체 배송망 부재에 따른 쿠팡 대비 할인을 가정해도 네이버쇼핑 평가증은 최소 6조원에서 최대 18조원이 가능할 전망”이라고 내다봤다.

김민정기자