

‘어린이 통학車’ 전기·수소차로 싹 바꾼다...2035년까지

‘어린이 통학차량 무공해차 전환 추진계획’ 내년부터 국공립학교 운영 300대 시범전환 무공해 통학차 판매 시 보급목표제 가산점

정부는 오는 2035년까지 모든 어린이 통학 차량을 무공해차(전기·수소차)로 전환한다. 전기·수소 통학 차량을 판매한 자동차 업체에 무공해차 보급목표제 가산점을 부과한다. 추후 공공기관 무공해차 의무구매제 대상에 어린이 교육시설을 포함한다. 환경부는 13일 오후 정부세종청사에서 열린 제18차 사회관계장관회의

에서 이 같은 내용을 골자로 한 ‘어린이 통학 차량 무공해차 전환 추진 계획’을 논의했다고 밝혔다. 그간 거의 없었던 통학 차량용 전기·수소 버스가 내년부터 다양하게 출시되면서 본격적으로 무공해차 전환이 가능해졌다. 우선 2015년 이전에 제작된 통학 차량 4만5000대를 2030년까지 단계적으로 교체한다.

구체적으로 내년부터 2024년까지 2010년 이전 제작 차량 7000대, 2027년까지 2011~2013년 제작 차량 1만8000대를 교체한다. 2027년부터 2014~2015년도 차량 2만대, 2030년부터 2016년 이후 제작 차량 3만8000대를 바꾼다. 또 내년부터 국공립 유치원과 초등학교에서 운영하는 2010년 이전 제작된 차량 300대를 무공해차로 시범 전환한다. 이는 국공립시설 노후 통학 차량 1023대 중 30%에 해당한다. 정부는 지자체별로 구매보조금을 할당하고, 시설 내 전용 충전시설 설치를 지원할 계획이다. 무공해 통학 차량을 판매한 자동차 제조·판매사에는 무공해차 보급 목표제 가산점을 준다. 무공해차 보

급목표제는 자동차 업체가 일정 비율의 저공해차를 판매하도록 한 제도다. 아울러 ‘대기환경보전법’상 공공기관 의무구매제 의무구매 대상에 어린이 교육시설을 포함한다. 정부는 이어 국공립시설부터 무공해 통학 차량 구매와 임차의 의무화할 계획이다. 오는 2023년 중에는 15인승 규모 전기·수소 버스 차량이 출시될 예정이다. 여기에 같은 해 4월부터 대기관리권역 내 경유를 사용하는 어린이 통학 차량 신규 등록이 제한되는 만큼 보급이 가속화할 것으로 전망된다. 환경부 관계자는 “통학 차량 배출 가스로부터 어린이 건강을 보호하고



어린이들이 출퇴근 선 학원 차량에 탑승하고 있다.

생활 속에서 학습하는 기후위기 대응이라는 효과를 기대할 수 있을 것”이라고 밝혔다. 한편 지난해 12월 기준 경찰청에

등록된 어린이 통학 차량 8만3000여대 중 88%인 7만3000대는 경유를 사용하고 있다. 서울취재본부김윤호기자

코로나19에도 치킨·편의점은 늘었다...업종별로 ‘희비’

CEO스코어, 공정위 가맹정보시스템 분석 결과

코로나19 여파에도 프랜차이즈 가맹점 수가 증가 추세인 것으로 나타났다. 업종별로는 희비가 엇갈렸다.

13일 기업평가사이트 CEO스코어에 따르면 지난해 주요 상위 프랜차이즈의 가맹점 수는 10만5837개로 지난 2019년 10만1278개보다 4.5%(4559개) 증가했다.

CEO스코어가 공정거래위원회 가맹사업정보제공시스템에 정보공개서를 제출한 주요 업종 프랜차이즈 중 최근 3년의 가맹사업 현황 및 가맹본부 실적 등을 공시한 233개를 조사한 결과다.

지난해 주요 상위 프랜차이즈의 신규가맹점 가맹점 수는 1만3972개로, 전년(1만5595개)보다 감소했으나 계약종료 및 계약 해지 가맹점 수도 같은 기간 9866개에서 9403개 줄었다.

업종별로는 양극화가 뚜렷한 편이다.

편의점업은 지난해 2878개의 가맹점을 신규 개점했다. 작년 신규 개점 수가 가장 많은 프랜차이즈 순위에도

CU(1654개), 이마트24(1224개)가 1.2위에 올랐다. 개폐점 현황이 공개되지 않은 GS25와 세븐일레븐 등을 포함하면 편의점 신규 점포는 더 늘어났을 것으로 추산된다.

치킨(1929개) 신규 개점 수도 2000개에 육박했다. 푸라닭(360개), BHC(231개), 등 순으로 많았다. 이어 교육(1777개), 기타서비스(1520개), 커피·음료(1190개) 등 업종도 지난해 1000개 이상 신규로 개점하며 때 아닌 개점 호황을 나타냈다.

작년 커피·음료업이 신규개점률 21.8%로 유일하게 20% 이상을 차지했다. 이어 ▲주점(15.3%) ▲편의점(13.6%) ▲한식(12.8%) ▲기타서비스(11.8%) ▲교육(11.3%) ▲분식(11.3%) ▲기타외식(11.1%) 등으로 나타났다.

반면 화장품 업 폐점률은 지난해 25.7%로 유일하게 20% 이상이었으며 ▲교육(13.8%) ▲안경(13.5%) ▲외국

식(11.4%) ▲주점(10.5%) 등 업종이 10% 이상이었다.

지난해 주요 상위 프랜차이즈의 가맹본부 매출액은 120조2112억원으로 2019년 118조2117억원보다 1.7% 상승했다. 다만 자동차관련업 중 가맹본부에 현대자동차와 기아가 포함됐기 때문에 추정된다.

매출도 업종별 온도 차가 크다. 평균 매출액이 가장 높은 쿠팡은 작년 17억3036만원을 기록했으나 전년(29억4526만원)보다는 41.2% 급감했다. 이마트·이마트24 같은 기간 12억5620만원에서 10억7015만원으로 감소했다.

반면 평균 매출액이 두 번째로 높은 곳은 다이나소다. 지난해 12억7588만원을 기록해 2018년 10억2021만원, 2019년 11억621만원에서 해마다 매출이 늘어나고 있다.

풀무원식품도 11억4791만원으로, 전년 9억5494만원 대비 성장했고 버거킹도 같은 기간 9억8117만원에서 10억2783만원으로 늘었다.

서선욱기자

낙농진흥회, “공공기관 준하게 우윳값 결정”

농식품부, 박영범 차관 주재 2차 낙농산업 발전위 개최



정부가 우유 가격 안정을 위해서는 원유 가격 인상 등을 결정하는 낙농진흥회를 공공기관에 준하는 수준으로 운영하고, 우유 생산 단가를 낮추기 위한 시설 개선과 사료 가격 안정화가 필요하다고 주장했다.

농림축산식품부는 12일 세종컨벤션센터에서 박영범 차관 주재로 열린 낙농산업 발전위원회 2차 회의에서 이 같은 입장을 업계 전달했다고 13일 밝혔다.

농식품부는 낙농산업 중장기 발전 방안 마련하고자 지난 8월25일 첫 회의에 이어 관계부처, 생산자, 수요자, 학계, 소비자 등이 참여한 가운데 두 번째로 머리를 맞댔다.

박영범 차관은 모두발언에서 “낙농업계 종사자뿐 아니라 국민 모두가 관련돼 국외도 관심이 많은 상황”이라며 “낙농산업의 경쟁력 부분과 자급이 낮아지는 부분을 함께 우려했다”고 말했다.

이어 박 차관은 “낙농진흥회 의사결정 체계 개편이 필요하다”며 “생산비를 절감하기 위해서는 생산비의 절반을 차지하는 사료비 절감이 우선돼야 한다”고 언급했다.

회의에서 박영범 차관 주재 2차 낙농산업 발전위 개최는 낙농진흥회 의사결정 체계 개편방안과 우유생산비 절감방안을 설명했다. 박 차관은 “낙농진흥회를 공공기관에 준하는 수준에서 합리적으로 운영할 필요가 있다”며 “이사회는 소비자·전문가 의견이 충분히 반영될 수 있도록 구성하고, 지나치게 엄격한 이사회의 조건을 완화하되, 의결 조건은 강화해야 한다”고 했다.

또 “이사 선임 절차를 총회에서 이사회로 위임하고, 정관 제·개정 등 이사회 의결사항으로 조정할 필요가 있다”고 부연했다.

생산비와 관련해 박 차관은 “지난 20년간 우유생산비는 리터당 373원 상승했고, 사료비 비중은 6.7%포인트(p) 증가했다”며 “우리나라의 생산비가 일본 다음으로 높고 증가율도 높아 생산비 격차가 점차 확대되고 있다”고 분석했다.

그는 “생산비 절감을 위해서는 낙농제도 개선과 국산 조사료 이용을 활성화하고 정보통신기술(ICT) 장비 보급과 시설·장비 공동이용 유도 등이 필요하다”고 제안했다.

박 차관은 또 “젖소 사양표준 개정

과 사료분석센터 운영 등으로 정밀사양 환경을 조성하고, 인센티브를 포함한 가격구조 개편을 통해 현재 과도하게 투입되고 있는 사료의 양을 줄이는 방향으로 정책 전환이 시급하다”고 주장했다.

아울러 “ICT 장비 보급을 늘리고 스마트 축산 단지와 가축분뇨 공동자원화 시설 지원을 확대, 육성우 전문 목장 등 공동사육시설 설치 지원도 검토 등을 추진해야 한다”라고 했다.

참석 위원들은 정부의 낙농진흥회 의사결정구조 개편에 대해 긍정적인 입장이었으나, 생산자를 대표하는 위원들은 신중할 검토가 필요하거나 부정적인 의견을 피력했다.

이승호 낙농육우협회장은 “과거 이사회나 총회 개최가 문제가 된 사례가 없었다”며 “사단법인인 낙농진흥회를 공공기관처럼 운영하는 것은 문제가 될 수 있다”고 정부의 방향성에 문제를 제기했다.

조재철 농협경제지주 상무는 “낙농진흥회 의사결정 운영을 민법의 사단법인 부분을 준용하도록 규정하고 있어 공공기관 운영법에 따라 개편할 경우 법적 충돌이 우려된다”고 지적했다.

맹광렬 전국낙농농민조합장협의회장은 “수입 조사료 쿠퍼를 줄일수록 농가는 피해를 입고 중간 유통업자와 외국 회사만 이익이 남게 된다”며 “수입 조사료 쿠퍼 증량이 필요하다”고 주장했다.

최희중 낙농진흥회장은 “과거 낙농진흥회 설립 취지는 당시의 상황을 반영한 것으로, 과거 진흥회 운영을 지나치게 불합리하게 볼 것만은 아니다”며 “낙농진흥회가 낙농산업 발전방안에서 어떤 역할을 할지 정하고 그에 맞춰 운영방식을 조정할 필요가 있다”고 강조했다.

서울취재본부김윤호기자

국제유가, 7년만에 최고치 기록 80달러 돌파

13일 전국 휘발유값 L 당 1687원...1700원 ‘눈앞’



국제 유가가 배럴당 80달러를 돌파하는 등 7년 만에 최고치를 기록했다. 국제 유가에 연동되는 국내 휘발유 가격도 상승세가 이어지고 있다. 0당 1600원 후반대인 국내 가격이 유가 강세에 1700원을 넘어설 지 주목된다. 13일 한국석유공사 유가정보서비스 오피넷에 따르면 이날 기준 전국 평균 휘발유 가격은 0당 1687.46원으로 전일 대비 2.39원 올랐다. 최고가 지역인 서울 평균 가격은 어제와 비교해 3.08원 오른 0당 1773.55원을 기록했다.

최근 국내 휘발유 가격의 흐름을 보면 지난 8-9월 0당 1640-50원선에 머물다 10월 이후 상승세를 타기 시작했다. 이달 3일 0당 1650원이었던 휘발유 평균 가격은 열흘간 꾸준히 오르

며 현재 1687원으로 1700원대를 바라보고 있다.

이 같은 상승세는 국제 유가에 영향을 받은 것으로 분석된다.

지난 11일(현지시간) 뉴욕상업거래소에서 11월물 미국 서부텍사스산 원유(WTI) 가격은 1.47%(1.17달러) 오른 배럴당 80.52달러로 마감했다. WTI 가격이 80달러를 넘어선 것은 2014년 10월31일 이후 7년 만이다. 북해산 브렌트유 가격도 83.62달러를 기록하며 2018년 10월 이후 최고 수준을 나타냈다.

국제 유가는 당분간 상승세가 이어질 가능성이 크다는게 전문가들의 대체적인 시각이다. 겨울을 앞두고 전력 수요 증가가 예상되는 가운데 원유 공급 부족에 대한 우려가 커지고 있기

때문이다. 석유수출국기구(OPEC)와 러시아 등 기타 산유국 협의체인 OPEC+는 지난 4일 11월에도 산유량을 기존대로 하루 40만배럴씩 증산하기로 결정했다. 미국, 인도 등의 증산 압박에도 기존 생산량을 유지하기로 한 것이다. 증산 기대감이 무너지며 국제 유가는 지속 상승세를 탈 것으로 예상된다.

유가 강세가 이어지며 국내 소비자들 부담은 더욱 커질 전망이다. 10월 첫째 주 전국 주유소 휘발유 평균 판매가격은 0당 1654.4원으로 전주 대비 8.7원 올랐다.

3주 연속 오름세가 이어지며 1650원대를 넘어섰다.

현재 국내 가격에 영향을 미치는 9월 5주 기준 국제 휘발유 가격(92RON)을 보면 전주 대비 3.07달러 오른 배럴당 86.19달러를 나타내고 있다.

10월 들어선 전주와 비교해 4달러 이상 오르는 등 더 큰 폭으로 상승하고 있다. 따라서 국내 휘발유 가격은 최근 국제 가격 기준으로도만 봐도 11월까지는 계속 오를 가능성이 크다.

업계 관계자는 “국제 휘발유 가격이 9월 초중순만 해도 상승폭이 크지 않았는데 10월 들어서며 크게 뛰고 있다”며 “국내 가격에도 영향을 미치며 1700원선을 넘어설 가능성도 배제할 수 없다”고 말했다.

최이슬기자

삼성전자, 포브스 ‘세계 최고 고용주’ 1위...2년 연속

미국 경영 전문지 포브스가 선정

삼성전자가 미국 경영 전문지 포브스(Forbes)가 선정한 ‘세계 최고 고용주’에서 2년 연속 1위 자리를 이어갔다.

13일 업계에 따르면 포브스는 지난 12일 발표한 ‘월드 베스트 임플로이어(World’s Best Employers) 2021’에서 삼성전자가 1위에 선정됐다.

삼성전자는 앞서 해당 순위에서 2017년 65위, 2018년 76위, 2019년 106위를 기록했다가 지난해 1위로

뛰어오른 바 있다. 이로써 2년 연속 세계 최고 고용기업의 위상을 유지했다.

올해 순위에서는 삼성에 이어 IBM이 2위를 차지했다. 마이크로소프트(MS), 아마존, 애플이 차례로 3~5위를 차지했다. IBM은 전년(3위)보다 한 계단 상승했고 MS 역시 4위에서 3위로 상승했다. 애플도 6위에서 5위로 올라섰다.

다만 아마존은 2위에서 4위로 순위가 하락했다.



이번 순위는 포브스가 58개국 15만명의 풀타임 및 파트타임 근무자를 대상으로 설문조사를 실시해 정했으며 자체적인 설문조사로 평가하는 과정상 기업들의 관여가 불가능하다.

이슬비기자