

‘현대 신호탄’ 광주 복합쇼핑몰 유치 불 붙나

현대백화점그룹, 전남·일신방직 부지에 쇼핑몰 추진 선언
광주 “유치 위해 3~4곳과 접촉중, 국가주도형으로 추진”

현대백화점그룹의 신호탄과 함께 광주 복합쇼핑몰 유치전이 본격화할 것으로 보인다.

6일 현대백화점그룹과 광주시에 따르면 현대백화점그룹은 부동산 개발 기업 ‘휴먼스힐딩스제1차PFV’와 광주 북구 일대 옛 전남방직·일신방직 공장부지 31만㎡(9만 3700평)에 ‘더현대 광주’ 출점을 위한 협의를 진행 중이다.

협약이 마무리되면 현대백화점그룹은 본격적으로 사업 추진에 나선다.

구체적 점포 규모는 현재 논의 중이다. 대형 복합쇼핑몰에 걸맞은 규모가 될 것으로 보인다.

현대백화점그룹 관계자는 “‘더현대 광주’는 서울 여의도 ‘더현대 서울’이 보여준 차별화된 공간기획과 브랜드 구성능력을 한 차원 더 끌어올릴 것”이라며 “50년이 넘는 그룹의 유통 역량과 노하우를 결합해 다양한 문화 체험 콘텐츠를 추가하면 호남지역 최고의 복합 문화 공간이 될 것”이라고 말했다.

이어 “부지 인근 운암시장과 양동시장 등 전통 시장과 중소 상인을 위한 마케팅·서비스 교육 등을 지원해 지역 상권을 보호하며 동반 성장 기반을 구축할 것”이라고 강조했다.

광주시는 현대백화점그룹 등 대형 유통그룹 3곳, 이외 또 다른 한 곳과도 복합쇼핑몰 내지 창고형 대형 할인매장 유치 협상을 벌이는 것으로 전해졌다.

이미 알려진 곳은 현대백화점그룹의 전남 방직·일신방직 부지, 광주신세계의 광천동

신세계백화점과 터미널 부지다. 롯데쇼핑도 어등산관광단지 부지에 사업 구상을 가다듬는 것으로 알려졌다.

복합쇼핑몰 유치는 윤 대통령의 지역대표 공약이자 강 시장의 주요 공약 중 하나다.

대통령의 공약사항인 만큼 광주시는 국가 주도형 복합쇼핑몰을 계획하고 있다. 자체 예산 절감은 물론 신속한 추진을 염두한 것이다. 즉 민간 자본으로 지어지는 쇼핑몰 주변의 공적 인프라를 국비 등을 투입해 촘촘하게 구축하는 것이다.

지난 대선 이슈로 떠올랐던 대형 복합쇼핑몰 유치와 관련, 강 시장은 후보자 시절 “단순한 쇼핑 공간이 아닌 복합 문화공간인 만큼 접근성이 좋아야 한다. 지역 자원과 연결할 수 있도록 복합쇼핑몰은 도심으로, 창고형 할인매장은 도심 외곽, 필요하다면 전남 경계지역 또는 전남에 위치해야 한다”는 소신을 밝혔다.

광주시 관계자는 “전남·일신방직 부지의 경우 관련 업체에 주차난 해소를 위한 주차장 확보 등 각종 가이드라인을 제시했다”면서 “여러 업체를 접촉하고 있다. 다만, 이날 현재까지 사업제안서 등 필요 서류를 제출한 업체는 없다”고 말했다.

또 다른 관계자는 “복합쇼핑몰 유치를 위해 다양한 방안을 준비하고 있다”며 “시민 편의 우선과 상생, 예산 절감 등 구체적 계획을 수립해 복합쇼핑몰 유치를 추진할 예정이다”고 밝혔다.

한편 광주에서는 민선6기인 2015년 광주

LOTTE

HYUNDAI

DEPARTMENT STORE

SHINSEGAE

신세계와 투자협약을 통해 연면적 21만3500㎡ 규모로 복합쇼핑몰이 계획됐으나 인근 소상공인들의 막대한 피해가 우려되고 판매 시설 규모가 너무 크다는 이유에다 정치권의 반대 의견이 더해지면서 무산됐다.

광주지역 (준)대규모 점포는 모두 31곳으로, 업종별로는 백화점 3곳, 대형마트 10곳, 쇼핑센터(아울렛 등) 6곳, 전문점(문구, 완구) 2곳, SSM 9곳, 종합상가 1곳 등이다.

코리아리서치가 지난 4월 뉴시스 광주

전남취재본부와 무등일보·전남일보·광주 MBC·광주CBS의 의뢰를 받아 광주에 거주하는 만 18세 이상 남녀 801명을 대상으로 실시한 여론조사 결과, 응답자의 67.3%가 ‘광주에 복합쇼핑몰을 유치하는 것에 찬성한다’고 밝힌 바 있다. 연령별로는 18~29세 찬성 의견이 91.8%로 가장 많았고, 30대 88.9%, 40대 65.9%, 60대 55.8%, 70세 이상 54.6%, 50대 44.1% 순이었다.

김재환기자



커피원두 부가세 면제로 커피값 내린다고? 업체들 “효과 없다”

정부가 커피 생두 수입 시 부과하는 부가세를 면제해주기로 하면서, 한잔 당 5000원에 육박하는 커피 가격이 내려갈지 주목된다.

정부는 커피 생두 수입 시 수입가의 10%를 부가가치세로 부과하는데, 지난달 28일부터 이 부가세를 면제해주고 있다. 하지만 정작 커피 프랜차이즈 업체는 정부의 이 조치로 가격 인하를 하기에는 역부족이라는 입장이다.

6일 커피업계에 따르면 커피음료 제조사와 커피 전문점 등은 커피원두 부가세 면세 조치로 커피 값을 인하하기는 어렵다고 밝혔다.

우선 스타벅스와 커피빈은 면세 대상인 ‘생두’가 아닌 ‘볶은 원두’를 수입하기 때문에 아예 부가세 면세 혜택이 적용되지 않는다.

커피 업계 한 관계자는 “부가세 면세 대상은 커피 생두에 한해서 이뤄진다”며 “국내 대다수 커피 프랜차이즈 업체들은 볶은 원두를 수입하기 때문에 정부 면세 혜택으로 비용 절감 효과가 크지 않다”고 밝혔다.

이런 입장은 SPC·투썸플레이스·이디야 등 커피 생두를 수입해 로스팅해 쓰는 업체들도 마찬가지다. 이들 업체는 이미 원두를 가공해 판매한 양 만큼 부가세 환급을 받고 있어 이번 면세 조치에 따른 비용 절감이 사실상 없다고 주장한다.

이디야 관계자는 “이디야는 2018년 이후 커피 값을 계속 동결하고 있어 가격 인하 계획도 없다”고 밝혔다. 이 관계자는 “컵이나 빨대, 우유, 과일 등 원부자재 가격이 모두 올라 커피원두 면세 조치만으로 가격 인하에 나설 계획은 없다”고 덧붙였다.

국내 커피 생두 수입 1위 업체인 동서식품도 별도의 제품 가격 인하 계획은 없다는 입장이다.

동서식품 관계자는 “2~3년 전에 비해 커피 생두 가격이 130% 정도 오른 상태”라며 “부가세 면세가 원가에 미치는 영향이 미미하기 때문에 커피 제품 가격을 내리려는 쉽지 않다”고 밝혔다.

유통업체에서 생두를 구입해 쓰는 개인 카페들은 부가세 면세 만큼 가격 인하 혜택을 볼 수 있지만, 싼 커피 값을 내리려는 어려운 모습이다.

한 카페 관계자는 “커피 가격에서 원두가 차지하는 비율은 10% 정도에 그친다”며 “원두 면세 조치로 커피 가격을 낮출 수 있다기보다는 가격 인상을 억제하는 효과로 받아들여야 한다”고 말했다.

정승호기자



전남도, 미국 LA에 농식품 상설판매장 개장...22호점

미국 로스앤젤레스(LA)에 전남 농식품 판매장 개장으로 전남지역 식품기업의 전초기지가 마련됐다.

전남도는 최근 미국 LA지역 고소득 인구가 밀집한 토렌스에 전남 농수산물 전용 상설 판매장을 문을 열었다고 6일 밝혔다.

이번 판매장 개장으로 전남도는 세계 8개국에 22개 농수산물 전용 상설 판매장을 운영하게 됐다. 개장한 22호점은 미국 서부지역을 중심으로 한국식품 전문 유통매장을 운영하는 한남제인이 새롭게 문을 연 델라모점에 들어섰다. 대형 백화점이 들어선 쇼핑 중심지에 자리한 델라모점은 은행, 푸드코트와 각종 편의 시설 등이 입점한 프리미엄 마켓이다. 전체 매장 3200㎡ 중 전남 상설 판매장은 46㎡ 규모다. 전남 상설 판매장에서 김, 잣, 홍어 등 수산물을 비롯해 반찬, 양념 등 도내 83개 수출 기업의 240여개 제품을 전시·판매한다.

전남도는 미국 시장 공략을 위해 농수산물 품 시식과 신제품을 소개하는 판촉행사를 연중 진행하고 다양한 홍보 마케팅을 함께 펼칠 계획이다.

한남제인은 한국산 제품을 수입 판매하는 한국식품 전문 유통기업이다. 미국 서부 지역에 7개 유통마켓 운영을 통해 연간 1억 달러의 매출을 올리고 있으며, 전체 5개 매장에 전남 상설 판매장을 운영하고 있다.

최근 문을 연 델라모점 내 전남 농수산물 상설 판매장은 한인 동포를 비롯한 현지인의 관심이 뜨거울 것으로 전해진다.

신현군 전남도 국제협력관은 “최근 케이(K)-푸드 인기에 힘입어 선제적으로 추진한 전남 상설 판매장이 도내 식품기업의 수출 전초기지 역할을 톡톡히 하고 있다”며 “올해 27호점까지 매장을 확대하고 마케팅도 강화할 계획”이라고 말했다.

기동취재본부

‘코로나 재유행 할라’...내국인들 제주 여행 서두른다

7월 선호도, 지난해 대비 2배 이상 증가

내국인들이 여름 휴가시즌 제주여행 시점을 지난해보다 서두르는 것으로 나타났다.

코로나19 상황을 보면서 여행시기를 미루던 경향이 짙었던 전과는 사뭇 다른 분위기다. 오미크론 변이(BA.5)가 우세종화될 것이라 우려도 고려된 여행 패턴으로 해석된다.

6일 제주관광공사에 따르면 여름철 제주여행을 계획하는 국내 관광객 1000명 대상으로 설문조사를 실시한 결과 여행시기를 7월로 선택한 비율은 30.3%로 집계됐다. 이는 지난해 14.2%보다 두 배 이상 높은 수치다.

다만 여전히 8월을 선택한 비율이 69.7%로 월등히 높은 비중을 차지했다. 여행 시기를 미루지 않고 계획대로 여행하려는 관광객들이 증가했다는 분석이다.

코로나19로 인해 여행계획에 변화가 생겼다고 응답한 비중도 현저히 감소한 것으로 조사됐다. 예상 체류기간(43.9% → 20.2%), 예상 참

여활동(36.4% → 20.6%), 예상 방문지(35.2% → 20.6%) 등 모든 항목에서 감소세가 뚜렷했다.

이는 코로나19가 제주여행 계획에 미치는 영향이 급격히 줄고 있음을 보여주는 수치라고 제주관광공사 측은 설명했다.

현재와 같은 코로나19 상황(거리두기 해제, 국가별 무격리 입국 등)에서 선호하는 여행은 ‘제주여행’이 46.8%로 ‘해외여행’ 29.4%보다 약 17%p 높았다.

아울러 내년 여름시즌에 해외여행이 코로나 19 이전처럼 자유로워진다면 ‘내년까지는 제주를 우선적으로 여행할 것이다’가 42.2%로 ‘해외여행을 우선적으로 할 것이다’ 20.1%보다 두 배 이상 높게 나타났다.

제주여행의 예상 체류기간은 평균 3.82일, 1인당 지출 비용(항공료 제외)은 평균 48만 3655원, 동반 인원수는 평균 3.08명으로 나타



났다. 동반인은 ‘가족/친지’(69.5%)가 ‘친구/연인’(24.9%), ‘혼자’(6.9%), ‘직장동료’(1.4%) 등과 비교해 압도적으로 높았다.

제주여행에서의 선호활동으로는 ‘자연경관 감상’(79.7%)과 ‘식도락’(74.2%)이 1, 2위를 차지했으며, ‘산/오름/울레 트레킹’(51.9%), ‘해변 활동’(42.5%), ‘박물관/테마공원 방문’(31.7%)이 뒤를 이었다. 제주의 청정한 자연환경을 즐기고 야외활동을 즐기려는 성향은 지난해와 비슷한 양상을 보였다.

최이슬기자

가파른 임금인상 속도...노조에 몸살 앓는 산업계

산업계, 임금인상률 놓고 갈등

6월 소비자물가가 24년 만에 6.0%대를 기록한 가운데 노동계가 임금 대폭 인상을 요구하고 있다. 정부는 인플레이션 압박 등을 감안해 임금인상을 자제해 달라고 요청했으나 대기업 노조를 중심으로 임금인상을 요구한 갈등이 곳곳에서 벌어지고 있다.

6월 항공업계에 따르면 대한항공과 조종사노조의 임금협상 잠정합의안이 조합원 투표에서 부결됐다. 코로나19로 인한 고통 분담 차원에서 지난 2020년과 2021년 임금을 동결한만큼 올해 임금은 15% 이상 인상해야 한다는 입장이다.

대한항공 노조에 따르면 임금 인상 잠정 합의안에 대해 조종사노조 조합원 총 2054명 중 1193명(58.1%)이 반대했다. 찬성한 조합원은 861명(41.9%)이다.

정부는 현 경제 상황을 고려해 업계에 과도한 임금 인상을 자제해달라고 요청한 상

태다.

추경호 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 지난달 28일 한국경영자총협회의와 정책간담회에서 “최근 일부 IT 기업과 대기업 중심으로 높은 임금 인상 경향이 나타나면서 여타 산업·기업으로 확산할 조짐을 보이는 매우 우려스러운 상황”이라고 진단했다.

추 장관은 “과도한 임금 인상은 고물가 상황을 심화시킬 뿐 아니라 대기업과 중소기업 간 임금 격차를 더욱 확대해 중소기업, 근로취약계층의 상대적 박탈감을 키우고, 이로 인한 사회적 갈등을 증폭시킬 우려가 있다”고 밝혔다.

노동계는 이에 크게 반발하며 내년도 최저임금 인상률과 정부의 전기업 정책 방향에 대해 강력 투쟁을 예고하고 있다.

삼성전자는 지난 4월 노사협의회를 통해 평균 9% 임금 인상을 결정했다. 최근 10년 내 최고 수준이지만 삼성전자 사무직노조 등 4개 노조는 연봉 1000만원 일괄 인상과

영업이익 25% 성과급 지급을 요구하며 합의점을 찾지 못했다. 노조는 현재 이재용 삼성전자 부회장 자택 앞에서 전막 농성을 벌이고 있다.

SK하이닉스는 전일직(생산직) 노조와 기술사무직 노조와 별도 교섭을 진행 중이다. 기술사무직 노조는 기본급 12.8% 인상을 제시했다. 노사는 지난해 영업이익의 10%를 성과급 재원으로 활용하기로 합의했지만 기술사무직 노조는 이 비율을 15%까지 확대할 것을 요구하고 있다.

세계 관계자는 “전 세계적으로 경기 침체 국면에 접어들면서 대내외적 불안 요소가 가중된 상황에서 임금인상률도 과도하게 높은 수준으로 책정되고 있다”면서 “제조업에서 시작된 임금인상 압박이 산업계 전반으로 확산할 것으로 보이지만 노조가 파업을 강행하면 사측은 뚜렷한 대책도 없어 위기감이 고조되고 있다”고 말했다.

오유나기자

SPC삼립, 포켓몬빵 신제품 ‘띠부씰’ 추가

끝모를 띠부씰 마케팅

SPC삼립은 포켓몬빵 신제품 5종을 출시한다고 6일 밝혔다. 이와 함께 포켓몬스터 애니메이션에 등장하는 성도지방 포켓몬 띠부씰을 추가로 선보인다.

이 신제품은 쫄쫄하고 촉촉한 블루베리 맛의 짬뽕 ‘메타몽의 말랑말랑 블루베리’, 초코 파운드 속에 달콤한 초코칩을 넣은 ‘이슬의 초코 파운드’, 다크 초코칩을 넣어 구운 빵 속에 벨기 예산 초코 필링을 더한 ‘이상해씨의 초코팡팡’ 등이다.

포켓몬 잠만보의 커다란 몸을 형상화한 자이언트 사이즈 피자인 ‘잠만보의 빅 피자’도 선보인다. 이 제품은 ‘고르곤졸라’와 ‘불닭’ 두 가지 맛으로 7월 중 출시한다.

포켓몬빵 모든 제품은 포켓몬 띠부씰 159종 외에 116종의 띠부씰을 추가한다. 새로운 띠부씰은 성도지방 포켓몬 위주로 구성돼 있다. 이외에도 기존 관동지방 인기 포켓몬의 새로운 이미지가 적용된 띠부씰도 선보인다.

한편 지난 2월 선보인 포켓몬빵은 누적 판매량 4400만봉을 기록했다.

뉴시스