

# 이젠 집주인보다세입자가 ‘갑’... “보증금 더 깎아 달라”

전세수급지수 90선 붕괴...월세 선호 43%  
현장선 보증금 5000만원~1억원까지 하락  
“전세·매매 동조화, 함께 하락세 불가피”

이전에 거주하는 50대 유모씨는 지난달 이사를 위해 기존에 살던 집을 전세로 내놓았다. 그러나 집을 보러 온 예비 세입자는 “현재 가격보다 6000만원을 더 낮춰주면 계약하겠다”며 보증금 인하를 요구했다. 유씨는 세입자를 구하기가 워낙 어려운 탓에 해당 요구에 수용하기로 했으나 해당 세입자는 결국 다른 집과 계약을 맺었다.

서울 내 일시적 1가구2주택자인 김모씨는 기존 전세입자의 이사를 앞두고 극심한 스트레스에 시달리고 있다. 김씨는 “전세 보증금을 1억원 낮췄는데도 문의도 없고 아예 전멸”이라며 “전세입자는 계약일자에 맞춰 이사를 간다고 하는데 돌려줄 보증금이 1억

5000만원 정도 부족하다”고 호소했다. 금리인상 및 극심한 거래절벽 여파로 전세 수요가 급감하면서 집주인과 세입자간 갑을 관계가 뒤바뀌고 있다. 이사를 앞두고 기존 집이 팔리지 않아 세를 주게 된 일시적 2주택자들은 물론, 계약 만료가 임박해 새로운 세입자를 받아야 하는 집주인들의 신음이 커지고 있다.

14일 한국부동산원에 따르면 지난주(5일 기준) 전국 아파트 전세수급지수는 전주 90.2에서 89.6으로 0.6포인트(p) 하락해, 지수 90선 밑으로 떨어졌다. 특히 서울은 86.3으로 전주(87.6)에 비해 1.3p 하락, 전국 평균에도 못 미쳤다.

전세수급지수는 부동산원이 회원 중개업소 설문과 인터넷 매물 건수 등을 분석해 수요와 공급 비중을 점수화한 수치로 0~200 사이의 점수로 나타낸다. 기준치인 100보다 아래로 내려갈 수록 전세수요가 적다는 의미이다.

이는 금리인상 및 전세사기 등에 대한 우려로 전세보다 월세를 선호하는 수요자가 늘어나는 ‘전세의 월세화’ 현상 때문이라는 분석이 나온다.

실제 직방이 지난달 17~31일 자사 앱 이용자 1306명을 대상으로 ‘선호하는 주거 형태’를 조사한 결과, 응답자 43.0%가 월세(보증금 월세 거래 포함)을 선호한다고 답한 것으로 나타났다. 이는 지난 2020년 10월 당시 21.3%에 그쳤던 것과 비교하면 2배 이상 오른 것이다.

월세를 선호하는 이유로는 ‘목돈 부담이 적어서(40.4%)’라는 응답이 가장 많았고 ▲ 목돈 매일 부담이 적어서(20.7%) ▲ 전세대출이자 부담이 커져서(13.5%) 등이 뒤를 이었

다. 서울 강남구 대치동의 한 공인중개사 대표는 “현재 전세 보증금은 최고가 대비 1억 원 정도 떨어진 상태”라며 “2~3년 전에 계약했던 분들의 경우 재계약을 하면서 그동안의 인상분은 월세로 돌려달라고 많이 요청하고 있다”고 설명했다.

서울 송파구의 한 공인중개사 대표는 “집주인들이 전세를 진행하려다가도 날짜가 촉박하고 집이 잘 안 나가면 보증금을 일부 깎는 대신 깎은 부분 만큼 월세로 진행하는 경우도 있고, 전셋값 자체를 5000만원이나 1억 원 정도 싸게 내놓아 계약하는 경우도 있다”며 “요즘 전셋값이 오르지 않아서 그렇다”고 전했다.

여기에 추가 금리인상 예고 등으로 부동산 침체가 장기화되면서 거래 자체도 뜸 끊겼다. 부동산 빅데이터 업체 아실에 따르면 이날 기준 서울 아파트 전세 매물은 3만5951건으로 새 정부 출범일인 5월10일(2만5748건) 당시보다 39.6% 늘어났다.

반면 서울부동산정보광장에 이날까지 집계된 지난달 서울 전세 거래량은 8996건으로, 지난해 9월(9012건) 이후 가장 낮은 상태다. 아직 신고기간이 보름가량 남아있어 변동 가능성은 있지만 ‘8월 전세대란’이 올 것 이라던 향간의 우려와는 사뭇 다른 분위기다.

박원갑 KB국민은행 부동산 수석연구위원은 “시장 분위기를 보여주는 가장 핵심 지표는 거래량이다. 가격은 속어도 거래량은 속이지 못한다”며 “집값이 그동안 너무 많이 올랐다는 인식, 대출금리 인상, 금융시장 불안 등이 복합적으로 겹쳐 시장이 얼어붙고 있다. 집값이 추가적으로 더 떨어질 것이라는 기대감도 크게 작용하고 있다”고 설명했다. 이어 “전세도 역시 매매와 함께 하락세가 불가피하다”며 “전세와 매매는 동조화현상이 나타난다. 전세를 낼 때 대출을 내기 때문에 금리가 오르면 집을 영끌한 사람들도 힘들지만 전세세입자들도 힘들 수 밖에 없기 때문”이라고 설명했다. 정승호기자

## 전남도, “전기차 배터리 재사용시장 선점 속도 낸다”

이차전지 데이터 기반 비즈니스 모델 첫 실증 추진



전남도가 전기차 배터리 재사용 시장 모델 기반 마련을 위해 ‘이차전지 데이터 기반 비즈니스 모델 실증 시범사업’을 본격 추진한다. 실증 과정에선 전남지역 관용 전기차 실시간 모니터링을 통해 배터리의 안전·위험 예측과 자동차 검사시스템 기반 배터리 잔존기치 평가 방법을 개발하고, 온실가스 관리 시스템을 시범 적용할 예정이다. 14일 전남도에 따르면, 이번 실증 시범사업

은 전기차 배터리 전주기 탄소배출 등 통합환경 정보 수집·분석·관리·활용·유통을 통한 국제 규제, 탄소세 등에 선제적으로 대응하기 위해 진행된다. 특히 전기차 배터리 환경정보 공공 유통 활용 플랫폼(마켓플레이스)을 구축·운영하는 데 중점을 두고 있다. 전기차 배터리 통합 환경정보 운영을 위한 제도와 표준을 선제적으로 마련하고 이를 정

부에 건의하기 위한 목적도 있다.

전남도는 전기차 배터리 데이터 활용 신서비스 시장 개발을 위한 기술지원센터 구축을 통해 국가적 차원의 데이터 수집·활용과 서비스 플랫폼 활용을 확대할 계획이다.

이번 실증 시범사업은 전남 중소기업인 ㈜포드림과 운행자동차 국가 검사 업무를 하는 한국교통안전공단이 공동 수행한다.

㈜포드림은 2006년 설립된 사회안전망 분야 데이터플랫폼 전문기업이다.

전과정 평가 기반 전기차 사용 후 배터리 비즈니스 모델을 개발하고 실증할 예정이다.

이번 실증사업을 통해 도내에서 발전되는 신재생에너지의 잉여전력과 한전의 심야전력을 전기차 폐배터리를 활용해 에너지저장장치(ESS)에 저장하고 전기차 충전 시 사용하는 시스템을 구축하게 된다.

한국교통안전공단은 전기차 배터리 화재 등 안전 문제를 예방하기 위해, 국내 모든 자동차의 고전원 전기장치와 전자장치를 검사하는 전자장치 진단기(KADIS)를 자체 개발해 전기자동차 검사 시 배터리의 성능과 안전을 진단할 계획이다.

김중갑 전남도 전략산업국장은 “실증사업을 통해 전남도가 추진하는 사용 후 배터리 전·후방 연계산업을 육성하고, 특히 기존 연구개발(R&D) 중심 과제에서 실질적 비즈니스 모델을 제시하는 실증사업을 자체사업으로 추진할 방침이다”고 말했다.

동부취재본부 김택영기자

## 군산맥아로 ‘수제맥주 이어 위스키’ 까지

내일 수제맥주축제서 국내 최초 맥아로 만든 ‘김창수 위스키’ 출시



전북 군산에서 오는 16일부터 개최되는 수제맥주 페스티벌에서 국내 최초로 맥아로 만든 위스키를 선보인다.

첫 선을 보이는 이 위스키는 군산맥아를 사용해 양조한 싱글몰트로 경기도 김포의 ‘김창수 위스키 증류소’에서 양조했다.

‘김창수 위스키 증류소’는 최근 2030 위스키 열풍과 함께 마니아들 사이에서 팬덤까지 갖

고 있다.

국내에서는 지난 1982년 국산 위스키 원액이 생산된 적이 있었지만, 대중화에 실패했다. 이후 두 곳의 소규모 위스키 증류소가 생겨 2020년부터 위스키 숙성을 시작했다.

이들 업체는 위스키의 원료가 수입산 몰트(맥아)를 사용해 한국산 위스키라고 하기엔 아쉬운 점이 있다는 지적을 받아왔다.

김창수 위스키 증류소는 “이번 축제에서 진정한 100% 한국 위스키 시대를 열었다”라며 축제 3일 동안 매일 두 병씩 관람객에게 경품으로 제공하고, 축제 마지막 날인 18일에는 김창수 씨가 직접 현장에서 군산맥아 싱글몰트 위스키 시음판매행사를 갖기로 했다.

채왕균 농업기술센터소장은 “군산은 맥주에 이어 위스키 양조까지 한국 술 산업을 견인하고 있는 도시로 주목받고 있다. 수제맥주축제는 군산맥아의 우수성을 알리는 장이 될 것”이라며 많은 관심과 참여를 당부했다.

뉴스



## 홈플러스, 키즈파크 등 체험형 공간 늘렸더니

지난달 전체 매출 전년 대비 28% 신장

홈플러스는 키즈파크, 풋살파크, 스마트팜 카페, 공우오피스 등 체험형 공간 인기에 힘입어 8월 전체 매출이 전년 대비 28% 신장했다고 14일 밝혔다.

가장 활약이 돋보이는 곳은 키즈카페 ‘몬스터파크’였다.

지난 7월 선보인 가장점 몬스터파크는 개장한 달 만에 이용객이 37% 늘어 쇼핑물 매출을 이끌었다.

8월 쇼핑물 매출은 전년 대비 무려 67%나 증가했다.

지난 1월 오픈한 마산점 몬스터파크도 목표 대비 매출을 279% 초과 달성했다.

인천은현점에서 선보인 키즈 수영장 ‘엔젤

루 키즈 수영장’도 인기다. 이 곳에서는 150여 평 규모에서 어린이들을 위한 소그룹 레슨, 키즈 샌드수업, 주말 키즈워터파크 등 다양한 프로그램을 운영한다.

육상 유희공간을 활용해 만든 ‘풋살파크’도 이용객이 꾸준히 늘어 점포 매출에 큰 영향을 미치고 있다. 풋살파크는 지난 8월 이용객이 전년 대비 15% 늘었고, 일산점(61%), 안산교잔점(43%), 천안신방점(39%) 등 풋살파크가 입점한 점포의 8월 쇼핑물 매출도 크게 뛰었다.

홈플러스는 앞으로도 쇼핑 공간을 적극 활용해 체험형 프로그램을 선보일 예정이다.

이슬비기자

## “벽면 가득, 압도적 크기”...LG전자, 97형 올레드TV 출시

LG전자가 세계 최대 올레드(OLED·유기발광다이오드) TV인 97형 올레드 에보 갤러리에디션(OLED evo Gallery Edition)을 출시한다고 14일 밝혔다. 97형은 화면 대각선 방향으로 약 245cm 크기다.

LG전자는 오는 21일 정식 출시 앞서 이날부터 20일까지 전국 가전 매장 및 온라인브랜 드숍에서 예약 판매를 시작했다. 국내에 이어 글로벌 주요 시장으로도 순차적으로 출시를 확대할 계획이다.

회사 측에 따르면 신제품은 현재 기술력으로 4K(3840x2160) 해상도를 구현할 수 있는 가장 큰 올레드 TV다. 5세대 인공지능 ‘얼파 9 프로세서’를 통해 영상 속 얼굴이나 신체, 사물, 글씨, 배경 등을 구분해 입체감을 높인다. 2채널 음원은 가상의 7.1.2채널 입체음향으로 변환했다. 벽걸이 설치 시 TV 전체가 벽에 완전히 밀착된다.

회사 측은 “97형 올레드 TV는 LG전자의 독보적인 올레드 기술력을 방증하는 제품”이라며 “LCD(액정표시장치) TV로는 이미 100형에 가까운 크기의 제품이 시중에 판매되고 있지만 올레드로 초대형 스크린을 구현하는 것은 기술의 차원이 다르다”고 밝혔다.

신제품의 국내 출하가는 3990만원이다. LG전자는 신제품 출시 기념으로 구매고객

국내 이어 글로벌 주요 시장도 순차적 출시



에게 200만원 상당 캐시백 혜택을 제공한다. 사전 예약 구매고객은 신개념 라이프스타일 스크린 LG 스탠바이미를 추가 증정한다. 또 LG전자는 11월 말까지 올레드 TV 판촉 행사도 진행한다. 한편 LG전자는 벽을 가득 채우는 97형부터 책상 위에 올려놓고 사용하기 적합한 42형까지 업계 최대 규모인

97·88·83·77·65·55·48·42형의 올레드 TV를 갖췄다.

김선형 LG전자 한국HE마케팅담당 상무는 “차원이 다른 올레드 기술력을 기반으로 기존에 경험하지 못한 압도적 시청경험을 제공할 것”이라고 말했다.

서선욱기자