

전기로 인상 앞두고 또 유명무실 '전기위', 도마에 오르나

'전기요금 조정 개편' 용역 연내 발표 예상 '총리실 산하 독립'·'현장·전문성 제고' 필요

올해 마지막 전기요금 인상안 발표를 앞두고 이를 관할하는 산업통상자원부 산하 전기위원회가 유명무실함이 또 도마에 올랐다. 사실상 여당과 물가 당국의 긴 조율을 거쳐 최종 안을 만들면, 통과시키는 형식 상 역할에 그친다는 비판이 거세다. 실제 요금을 심의하는 본연의 역할에 충실할 수 있는 독립적이고 전문적인 조직으로 재편해야 한다는 목소리가 높다.

12일 에너지 당국 및 업계에 따르면 산업통상자원부는 지난 8일 오후 한국전력과 전기요금 인상안을 발표하기에 앞서, 이날 오전 해당 안건을 전기위에 상정했다.

당일 전기위에는 1명을 제외한 전원이 참석했으며, 만장일치로 의결된 것으로 알려졌다.

이날 참석한 한 전기위 위원은 뉴시스와 통화에서 "이미 한전 이사회를 거쳐 통과된

안을 받아들일지 거절할지만 결정할 수 있고, 안건 수정도 불가능하기 때문에 위원들 모두가 찬성을 외치며 만장일치로 의결되는 식"이라며 "위원들도 거절하면 (한전 이사회 이전 단계부터) 또다시 논의를 시작해야 한다는 것을 알고 있어 거절하기가 쉽지 않다"고 말했다.

이어 "위원회에서 인상 수준이 부족하다는 의견 등을 자유롭게 내는 건 가능하지만, 해외 선진국처럼 정밀 검토를 거쳐 심의를 내리는 것은 불가능한 구조"라며 "이미 지난해부터 요금안이 올라올 때마다 턱없이 부족한 수준이란 의견은 수차례 냈지만, 그 의견은 조건부도 아니고 부대의견으로 첨부될 뿐 반영되지 않는다. 법을 개정해 위원들에게 실질적 권한이 부여되지 않는 이상"이라고 지적했다.

이 때문에 그동안 전기요금 심의에서 전기

위의 역할이 유명무실하다는 지적이 꾸준히 제기됐다. 사실상 여당과 정부 사이 협의를 거쳐 요금안을 정하면, 한전 이사회와 전기위는 형식 상 의결만 하는 식이었다. 그렇다 보니 여당과 물가 당국인 기획재정부를 중심으로 총선과 고물가 등의 상황에서 여론을 의식한 가격 결정이 이뤄진다는 비판이 계속됐다.

그러던 중 글로벌 에너지지난에 요금 결정 체계가 제대로 작동하지 못하면서 한전의 전문학적 적자로 이어지자, 결국 균형있는 가격 심의 필요성이 제기됐다. 이에 산업부는 지난해 10월 요금 체계 전반을 손 보기 위해 연구 용역을 발주했다. 용역은 법무법인 태평양과 에너지경제연구원이 함께 진행 중이다.

앞서 용역 마감이 한 차례 미뤄지면서, 요금 개편이 늦어지는 것 아니냐는 우려도 제기됐다. 이는 지난 6월 발표될 예정이었다. 이에 전기위 개편이 내년에는 추진될 수 있을지 주목된다. 한 용역 담당 관계자는 뉴시스에 "연구는 지난 9월 즈음 이미 마무리됐다. 현재 이를 기반으로 보고서 작성 중"이라며

"11월 말 마감은 목표로 준비 중인데, 산업부에 최종 넘기는 때는 연말이 되지 않을까 보고 있다"고 전했다.

업계 등에서는 전기위 개편이 독립성·전문성을 강화하는 방안으로 이뤄져야 한다는 목소리가 높다. 이를 위해 현재 산업부 산하에 있는 전기위를 독립기구로 두는 방안도 논의된다.

강전구 인천대 에너지자원공학 교수는 "위원들을 민간으로 둔다고 독립성이 보장되지 않고 있다"며 "산업부 산하가 아닌 아예 독립된 기구, 가령 국무총리실 산하 등으로 두고 운영하는 방안 등도 고려해볼 수 있다"고 제안했다.

전기위 위원들의 구성을 다양하고 전문성 있게 꾸리는 안도 제기된다. 전기위는 현재 위원장을 포함 8명으로 구성됐다. 일각에서는 특히 이번 전기위원회 위원 비중이 법·행정학 교수에 치우쳤다는 지적이 나온다. 당연직인 한국전력거래소 이사장을 제외하고 법학 3명, 행정학 1명 등 과반이 해당 분야 교수다.

전기위는 요금 심의는 물론 발전사업 인-

허가와 전력시장 운영규칙 심의, 전력계통 운영감사 등의 역할을 수행한다. 해당 분야 전문성이나 현장 경험을 수반한 이들로 다양하게 인적 구성이 필요할 이유기도 하다. 이 때문에 위원 구성은 직전까지 전기공사협회나 전기공제조합 등 업계를 대표하는 이들이 1~2명 포진된 바 있다. 전기위 위원은 대통령이 임명한다.

한 업계 관계자는 "앞으로 송·배전 설비 등을 확대해야 하는데 법·행정 교수들이 현장이나 관련 전문 지식을 갖고 심의할 수 있을지 의문"이라며 "관련 전문성을 갖춘 분들도 보강된다면 현장 이해도가 높아질 것 같다"고 기대했다.

강 교수는 "법 등은 전기위 내 사무국에서도 충분히 보조 가능한 만큼 굳이 관련 교수 비중이 절반 가까운 수준까지 높을 필요는 없을 것 같다"며 "그 대신 해상·풍력 등 전기 생산 과정 등을 잘 알고 경험해본 전문가도 두루 추가하며 다양성을 높이는 방안도 검토해볼 것"이라고 말했다.

김수권기자

"하나뿐인 아이 애지중지 키운다"...고가 유아용품 '쑥쑥'

초저출산 시대에도 '프리미엄 유아용품' 시장 확대



지난해 합계출산율이 0.78명에 그치면서 초저출산 시대에 접어들었지만 고가의 '프리미엄 유아용품' 업체들은 연일 몸집을 키우고 있다. 가정 내 자녀 수가 줄면서 부모가 자녀에게 쓰는 비용을 아끼지 않는 분위기가 전보다 심화된 영향이다. 업계는 수년간 프리미엄 유아용품에 대한 수요가 상승해온 만큼, 앞으로도 이런 기조가 이어질 것으로 전망한다.

12일 관련 업계에 따르면 유리피안 유아용품 전문기업인 스토케 한국법인의 지난해 매출은 전년 대비 40% 이상 증가했다. 스토케는 올해 백화점 단독 매장 4곳을 새로 오픈하고, 기존 6개 매장을 리뉴얼 확대하며 업계 선두 브랜드로서 입지를 다지고 있다. 제품 라인업 확대에도 박차를 가하는 모양새다.

스토케가 지난해 오픈한 10개 매장을 포함하면, 스토케의 백화점 단독 매장은 24개점에 달한다. 이러한 백화점 중심의 유통망 개편은 변화하는 소비자 니즈에 부응하기 위한 전략

으로 풀이된다. 코로나19를 계기로 더 쾌적하고 편안한 환경에서 쇼핑과 체험형 콘텐츠를 경험할 수 있는 매장이 주목받고 있다고 본 것이다. 기존 제품과의 차별화를 무기로 '프리미엄 유아용품'을 내세우고 있는 스토케의 인기는 판매량에서도 나타난다. 인기 품목 중 하나로 꼽히는 아기 의자 '트립트랩'은 현재 품절 상태로 대기 예약을 받고 있으며, 후대용 유모차 '요요'는 올해 추석 연휴 직전인 9월 3주차 주중 평균 판매량 31%, 10월 1주차 52% 증가했다.

스토케는 이러한 수요에 발맞춰 유아용품 카테고리도 넓혀가고 있다. 지난 2021년부터 1년간 독일 프리미엄 아기띠 브랜드 '리마스', 덴마크 하이체어 브랜드 '에보무브', 프랑스 프리미엄 유모차 브랜드 '베이비젠', 어린이용 멀티 액티비티 플레이 테이블을 만드는 이탈리아 브랜드 '무카코' 등 4개의 브랜드를 인수하고 국내에도 공식 판매를 시작했다.

스토케 관계자는 "(자출산 문제가) 우리에게 도전과제이긴 하지만 시장 환경은 긍정적이라고 생각한다. 더 많은 소비자들이 프리미엄 제품과 경험을 원하고 있기 때문"이라며 "결혼 연령이 높아지고 사회적 지위가 있는 상태에서 가정을 꾸리다 보니, 프리미엄 제품의 구매력은 상승하고 있다"고 분석했다.

유아차 액세서리에서도 프리미엄 제품이 인기를 끌고 있다. 한 액세서리를 여러 색상으로 구매해 차림에 따라 다르게 사용하는 경우도 많아졌다. 유아차가 단순 이동 수단의 개념을 넘어 패션 아이템으로도 활용되고 있기 때문이다. 실제로 프리미엄 종합 유아용품 솔루션 브랜드 '부가부'의 액세서리 매출은 전년 대비 30% 증가했다.

그 중에서도 매출 상승이 두드러지는 제품은 계절용품 '브리지 썬 캐노피'와 '푹머프'. 두 제품 모두 아이의 체온 유지를 도와주는 기능성 제품으로, 색상도 다양하게 출시돼 소비자로부터 호응을 얻고 있다.

프리미엄 원목 가구 브랜드 '슬로우알레'의 아기침대 '바우베드'도 올해 3월 출시된 이후 8개월 만에 누적 매출액 9억원, 상반기 대비 하반기 매출 200% 신장을 달성하는 등 인기를 끌고 있다. 해당 제품은 FAS등급 북미산 화이트 오크와 친환경자재등급표 기준 최고 등급인 SEO 자재로만 제작돼 품질과 안정성을 보증하는 것이 특징이다.

부가부 관계자는 "엔데믹 이후 소비자의 눈높이가 높아졌고 대부분 한 자녀를 낳기 때문에 중저가 제품보다는 고가 브랜드의 좋은 제품에 투자하는 경향이 지속되고 있다"며 "프리미엄 브랜드 제품은 중고 시차에서도 높은 가격으로 판매되고 있기 때문에 추후 아이가 성장 후 중고 판매까지 고려해 고가 유아용품을 소비하는 것으로 보인다"고 분석했다.

서선욱기자

항공업계, 하반기 취업문 활짝...채용 늘린다



항공업계의 취업문이 활짝 열렸다. 항공사들은 급증하고 있는 여객 수요에 대응하기 위해 신규 기재 도입을 서두르고 있는 만큼 하반기 공채를 진행하며 신입 및 경력사원을 모집하거나 수시채용을 통해 필요한 인력 수급에 적극적인 모습이다.

업계에선 코로나19 사태 이전인 2019년 대비 항공기 운항 편수와 여객수가 80% 이상 회복된 만큼 경쟁력 확보 차원에서 당분간 항공사들의 인력 충원은 지속될 수 있다고 전망했다.

◆대한항공, 전년비 3.5배 많은 직원 채용 추진

12일 업계에 따르면 대한항공은 2024년 신입·경력사원 공개 채용을 통해 200여명의 직원을 뽑는다는 계획이다. 여객 사업량 회복과 아시아나항공 인수·통합에 대비하고 지속가능한 성장 기반을 강화하기 위함이다.

대한항공은 ▲여객 ▲화물 ▲수익관리 ▲재무 ▲총합통제 ▲항공기술 ▲항공우주 ▲IT 등의 분야에서 신입사원을 뽑고 ▲여객 ▲화물 ▲자재 ▲노무 ▲기내 서비스 기획 ▲항공우주 무인기사업 ▲IT·디자인 분야에서 경력사원을 모집한다.

대한항공은 지난 6월 150여명의 신규 승무원 채용을 마쳤다. 이번 공채를 통해 200여명의 일반직 직원들을 확충하면 올해만 350여명이 넘는 직원을 채용하는 셈이다. 지난해 100여명의 직원 채용보다 3.5배 이상 많은 규모다. 대한항공과 합병을 추진하고 있는 아시

아나항공은 신규 채용을 검토하고 있는 상황으로 알려졌다. 지난 9월 3년 만에 장거리 항공기를 도입했고 연말까지 항공기 2대를 추가로 도입할 계획이어서 금명만 채용을 진행할 수 있다는 전망이다.

◆LCC, 인력 충원위해 공개채용과 상시채용 병행

저비용항공사(LCC) 업계도 채용에 적극적인 모습이다. LCC 업체들은 여객 수요에 대응하기 위해 올 한해 공격적인 기재 도입을 추진하고 있는데 1대의 항공기당 필요 인력이 최소 50~70명에 달해 아직도 인력이 많이 모자라다는 입장이다.

지난 3월과 6월, 7월에 걸쳐 채용을 진행한 제주항공은 인사기획, 항공안전, 영업전략, 항공공비 등 다양한 직군에서 신입 및 경력사원을 채용하고있다. 신규 기재 도입 및 노선 확장에 따른 인력 부족을 해결하기 위한 행보다.

총 27대의 항공기를 운용하고 있는 진에어는 지난 6월 보잉의 B737-900 신규항공기를 도입했고 내년초 B737 계열 항공기 2대 도입을 비롯해 에어버스의 A320계열 항공기 도입을 계획하고 있는 중이다.

진에어는 올 들어 2월과 7월 등 2차례에 걸쳐 채용을 진행했으며 지난달에는 B737 및 A320 계열의 항공기 정비가 가능한 항공정비사 경력직 공고를 시행했다. 현재는 운항승무원 경력직 수시 채용을 진행하며 인력을 충원하고 있다.

올 상반기 두차례에 걸쳐 채용을 진행한 티웨이항공은 이달들어 일반직·정비직 신입 및 IT 부문 경력직 채용을 진행하기로 했다. 티웨이항공은 향후 항공기 도입 일정에 맞춰 부문별 채용을 확대한다는 계획이다.

지난 7월 하반기 공채를 진행한 이스타항공은 경영기획, 통제, 영업 등을 대상으로 2차 수시채용을 진행하고 품질관리시스템 담당, 항공정비사, IT 직군은 상시 채용을 통해 다양한 인재를 모집에 나섰다.

이슬비기자

"집값 더 떨어질 겁니다"...현장 공인중개사들도 돌아서

고금리·대출규제 강화 영향으로 거래 감소 뚜렷

"금리가 작년 초에 비해 3배가 올라 부동산 경기가 완전히 죽었어요. 고금리에 대출 이자를 버티지 못하는 사람들이 많아지면서 경매 물건도 줄줄이 나올 겁니다."(노원구 상계동 J 공인중개사 대표)

"연초에 조금 오르는 듯하다가 다시 분위기가 다운됐어요. GTX 착공 이슈가 있던 하지만 금리가 너무 높아서 집을 사길 부담스러워하죠."(도봉구 창동 D공인중개사 대표)

2~3개월 뒤 서울 집값이 떨어질 것으로 보는 중개업자가 더 많아진 것으로 나타났다. 금리 상승과 대출 규제 강화 등으로 매수 심리가 위축되며 주택거래가 줄고 있는 영향으로 풀이된다.

12일 KB국민은행이 발표한 '월간KB주택시

장동향'에 따르면 10월 서울 주택 매매가격 전망지수는 98.2로 지난달(106.5)보다 8.3포인트 하락했다.

매매가격 전망지수가 100 밑으로 떨어진 건 지난 7월 이후 3개월 만이다. 지난 8월(106.4)과 9월(106.5)에는 100을 웃돌며 상승 전망이 더 많았지만 3개월 만에 다시 하락 전망이 더 많아진 것이다.

이 지수는 KB국민은행이 전국 중개업소 6000여 곳을 대상으로 2~3개월 후 집값 전망을 조사한 것으로 100을 밑돌면 2~3개월 뒤 집값 하락 전망이 우세하다는 의미다.

부동산 중개업자들은 금리 상승, 대출 규제 등의 영향으로 하락을 예상한 것으로 풀이된다. 현재 5대 은행의 주담대 변동금리 상단은

7%를 넘어섰고 고정금리 상단은 7%에 육박하고 있다.

이런 영향으로 매수세가 주춤하면서 서울 아파트 거래량이 줄어드는 모습이 나타난다. 서울부동산정보광장에 따르면 9월 서울 아파트 매매 거래량은 총 3367건으로 전월 3860건 대비 약 12.8%(493건) 감소했다. 10월 거래량도 아직 등록 신고 기한(30일)이 남아있긴 하지만 전월 수준을 넘어서지 못할 것으로 예상된다.

서울 도봉구 도봉동의 K중개업소 대표는 "부동산 경기가 활성화되려면 금리가 내려가야 하는데 아직은 내려갈 기미는 안 보인다"며 "몇 달 전에는 금매물을 잡으려는 사람들이 있었는데 지금은 그런 문의도 거의 없어지면서 거래가 뜰 것 같다"고 말했다.

뉴시스

G마켓, 빅스마일데이 최대 80% 할인

"에코백스 로봇청소기 70만원대"

국내 대표 온라인 마켓플레이스 G마켓이 19일까지 진행되는 '빅스마일데이'를 통해 국내외 130개 브랜드사 7000여 상품을 최대 80% 할인 판매한다고 12일 밝혔다.

특히 고가의 제품을 최적의 가격으로 제공하기 위해 10개의 디지털·가전 브랜드와 '메가스폰서십'을 맺고 강력한 우대 혜택을 선보인다.

빅스마일데이 특별관으로 소개하는 130개의 브랜드는 디지털·가전, 가구·리빙, 패션·뷰티, 스포츠·레저, 식품, 생필품, 해외직구·여행

의 7개로 구분했다.

각각의 전문관을 클릭하면 해당 브랜드의 프로모션 페이지로 연동되고, 빅스마일데이 일반 쿠폰과 함께 중복으로 사용할 수 있는 최대 20% 브랜드 중복쿠폰 등 각각의 브랜드별 추가 혜택을 확인할 수 있다. 할인 폭을 늘린 주력 특가상품도 한 눈에 확인할 가능하다.

총 10개의 '메가스폰서십 브랜드'는 차별화된 혜택을 선보인다. 이번 메가스폰서십은 ▲로보락 ▲삼성전자 ▲LG전자 ▲에코백스 ▲인텔 ▲필립스 ▲ASUS ▲쿠쿠 ▲MSI ▲쿠첸 등 모두 디지털·가전 카테고리 브랜드로 지정했다.

오유나기자