

■ 광주신세계, 지역 동행 30년... 눈길 끄는 사회공헌활동

33억 장학금·위기가정 돌봄 등 상생 롤모델

환경·대형참사 지원 앞장

ESG 평가 2년 연속 'A'

“지역과 성장하는 기업”

광주신세계가 올해로 설립 30주년을 맞이하면서 그동안 기업의 책무 수행을 위해 진행한 각종 사회공헌 활동이 주목 받고 있다.

개점 이후 소외계층 지원을 비롯해 인 재육성을 위한 물질적인 지원을 넘어 임 직원들이 직접 참여하는 봉사활동을 전 개하며 ESG경영에도 힘쓰고 있다.

9일 광주신세계에 따르면 지난 1995 년 개점 이후 지금까지 십없이 수행해온 대표 사회공헌활동으로 ‘장학사업’을 꼽 을 수 있다.

매년 지역인재들이 어려운 상황에서 도 희망을 잃지 않도록 장학재단에 매년 연간 총 1억원 이상의 장학금을 후원해 왔다.

2014년부터 1억3000만원을 지속적으로 지원, 현재 총 누적 지원금은 33억원이



광주신세계는 개점이후 장학재단에 연간 총 1억원 이상의 장학금을 후원하는 등 각종 사회공헌 활동을 펼치고 있다.

며, 누적 수혜자는 3000여명이 넘는다.

이와 함께 2017년부터 서구 및 지역 내 복지관, 초록우산 어린이재단 등 여러 기관과 연계해 결손 및 위기가정 아동 들을 위한 ‘사랑의 S-BOX’를 펼쳤다.

‘사랑의 S-BOX’는 매월 500만원, 한 해 총 6000만원 상당의 식품과 생필품 으로 구성된 패키지 박스를 만들어 소외 계층 100세대에 제공한다. 지역 내 5개 복지관에서 추천받은 가정에 간편조리 식품, 간식, 생필품 등 1대1 맞춤형 패키

지를 구성해 전달한다. 그동안 집행된 지원금은 4억8000만원이며, 올해부터

는 임직원들이 직접 물건 구매부터 박스 포장까지 함께한다.

초록우산 어린이재단과 함께는 ‘결손아동지원’ 프로그램도 2004년부터 시작돼 매년 42명의 아동에게 매달 7만원 을 지원하고 있다. 총 누적 수혜자는 840명, 누적 금액은 7억3000만원이다.

2006년부터 이어온 ‘희망배달캠페인’은 임직원들의 자발적 참여가 돋보이는 사회공헌 활동이다. 임직원들이 기부한 금액만큼 회사가 동일한 금액을 기부 하는 ‘매칭그랜트’ 방식으로 진행, 노사 가 함께 참여하는 바람직한 사회공헌 모

델로 인정받고 있다.

조성된 기금은 결연 아동을 정기 후원하거나 난치병 환자 치료비 지원, 광주 시청 등 희망장난감 도서관 건립 등에 쓰였다.

매달 광주전 전화활동과 사업장 주변 환경정화활동도 임직원들에게 익숙하다.

최근에는 환경의 날을 기념해 임직원 들이 참여한 가운데 무등산 플로깅 캠페 인을 진행했다. 임직원 뿐만 아니라 가족들도 함께 할 수 있는 활동으로 참여 자에게는 ‘플로깅 키트’를 제공했다.

2000년 연말부터 매년 진행하고 있는 ‘사랑의 김장김치 나눔’도 빠질 수 없다.

광주신세계는 결손 가정, 독거 노인 등 지역 내 소외계층이 따뜻한 겨울을 보낼 수 있도록 임직원들이 직접 김치를 담가 전달하고 있다.

매년 크리스마스 시즌에는 ‘희망산타 원정대’ 프로그램을 통해 소외계층에 선 물을 전달하는 행사도 진행한다.

이밖에도 코로나19, 화정동 아이파크 아파트 붕괴 사고, 제주항공 여객기 사고 등 재난참사에서도 도움이 될 수 있도록 후원금을 전달했다.

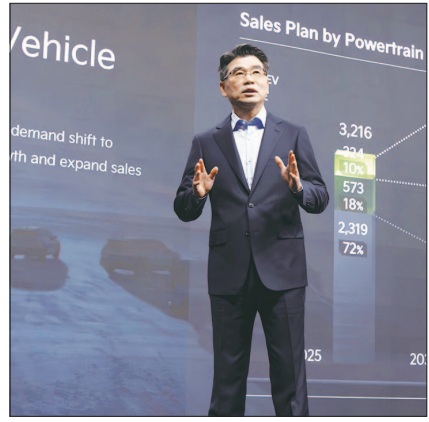
이 같은 사회공헌 성과를 인정받아 광 주신세계는 한국ESG기준에서 주관 하는 ESG평가에서 2023·2024년 2년 연속 A평가를 받기도 했다.

이동훈 광주신세계 대표이사는 “현지 법인으로 지속가능 경영을 통해 지역 발전에 기여하는 유통기업이 되고자 노력 하고 있다”며 “30년 간 꾸준히 이룰 지켜온 만큼 앞으로도 사회적 책임을 다 하고 지역과 함께 성장하는 기업이 되도록 노력하겠다”고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

ECONOMY

2025년 4월 10일 목요일



기아, 2030년 판매목표 하향

중국 시장 부진 419만대로

5년간 42조 투자 사상 최대

기아가 중국 시장 부진을 고려해 2030년 중장기 목표를 당초보다 11만대 적은 419만대로 하향 조정했다.

다만 역대 최대 규모의 5개년 투자 계획을 내놓으면서 미래 모빌리티 경쟁에서 뒤처지지 않겠다는 포부를 밝혔다.

기아는 9일 서울 중구 신라호텔에서 2025 CEO 인베스터 데이와 열고 이같은 중장기 사업 전략을 공개했다.

먼저 기아는 2030년 글로벌 판매 목표를 419만대 (시장점유율 4.5%)로 설정했다. 지난해 발표했던 430만대보다 11만대 감소한 수준이다.

올해 판매 목표는 322만대, 2027년은 375만대다.

기아는 “2030년 목표 설정은 중국 판매 목표 현실화에 따른 것”이라면서 “올해는 중국 내수 시장의 경우 치열한 경쟁환경을 고려해 8만대로 유지하고 (중국발) 수출은 전년보다 7% 증가한 18만대로 끌어올리는 등 공장 가동률 향상을 통해 수익성을 높일 계획”이라고 설명했다.

지역별 목표는 2030년 미국 101만대 (시장점유율 6.1%), 유럽 77만4000대 (5.0%), 인도 40만대 (7.4%), 국내 58만대 (36.3%)다.

2030년 친환경차 판매는 전기차 125만 9000대를 포함해 233만3000대 (56%)까지 늘린다는 계획이다.

친환경차 판매 목표는 지난해 발표 수준 (2030년 248만2000대)보다 약 15만대 감소했고 전기차 판매 목표는 기존 160만대에서 34만대가량 줄었다.

친환경차 판매 확대를 위해 라인업도 강화해 나간다. 올해 말 기존 하이브리드를 포함한 내연기관 23종, 전기차 9종 등 총 32종에서, 2030년에는 내연기관 17종, 전기차 15종으로 전동화 비중을 확대해 나갈 방침이다.

내연기관의 경우 신형 시장 대응을 위해 지속적으로 운영하는 한편, 하이브리드 모델은 셀토부터 텔루라이드까지 확대해 다양한 수요를 흡수한다는 전략이다.

또한 기아는 EV3, EV4, EV5를 시작으로 2026년 출시 예정인 EV2까지 대중화 EV 모델을 활용해 개성을 극복하고 전기차 대중화 시대를 선도하는 브랜드로의 입지를 확고히 할 방침이다.

아울러 올해 하반기 출시하는 PV5를 시작으로 PBV 라인업을 지속적으로 확대, 새로운 차급에서 지속적으로 경쟁력을 강화해갈 계획이다.

기아는 2029년까지 5년간 총 42조원을 투자하겠다는 계획도 발표했다.

종전 5개년 계획 (2024~2028년 38조 원)보다 4조원 증가한 수준으로, 기아가 역대 발표한 5개년 계획 가운데 최대 규모다. 대내외 여건으로 중장기 판매 목표를 하향 조정했지만, 미래 모빌리티 주도권을 놓치지 않겠다는 의지로 풀이된다.

이번 42조원 가운데 미래 사업 투자분은 19조원이다.

세부적으로 전동화 (67%), 소프트웨어 중심차 (SDV·9%), 미래항공모빌리티 (AAM)·로보틱스 (8%), 에너지 (5%), 모빌리티 (3%) 등으로 나뉜다.

정현아 기자 aura@gwangnam.co.kr

전남농기원, 토란 떡볶이 밀키트 개발

스틱형 부침가루도...지역 가공업체에 기술 이전

전남도농업기술원 (원장 김형란)은 곡성의 대표 특화작목인 ‘토란’의 소비확대를 위해 아린 맛을 줄인 토란 떡볶이 밀키트와 스틱형 부침가루를 개발했다고 9일 밝혔다.

곡성 토란은 전국 생산량의 58%를 차지하고 있으며, 지리표시 제108호로 지정된 전남의 대표적 특화 품목이다.

토란은 김밥, 갈솥과 같은 무기질과 필수아미노산, 비타민C, 식이섬유가 풍부하며, 갈락탄, 유산, 펩타이드와 같은 기능성 물질을 함유하고 있어 혈압 조절, 변비 개선, 항당뇨, 면역 증진 등 효과가 있다.

하지만 토란은 대부분 원물이나 껍질을 제거한 형태로 냉동 유통되며, 저장 기간이 5~6개월로 짧고 특유의 아린 때문에 다양한 연령층이 소비하기에 어려운 문제점이 있다.



전남도농업기술원은 이같은 문제점을 해결하기 위해 곡성군농업기술센터와 협력해 토란의 아린 맛을 줄이고 편의성을 높인 소제와 가공제품을 개발을 위해 2년간 연구한 끝에 원물 대비 30%의 아린 맛 성분을 줄인 건조분말 소제를 개발했다.

토란 떡볶이 밀키트는 아린 맛을 줄인 토란 분말 소제를 활용해 다양한 연령층이 맛있게 먹도록 조미료와 떡볶이 소스를 개발해 만든 제품이다.

또한 스틱형 토란 부침가루는 전남 청년창업농업인 입주 기업인 곡성 팥아와 협업해 1인 가구나 캠핑족 등 최신 트렌드에 맞춰 간편하고 편리하게 사용하도록 기존 토란 부침가루 제품을 스틱형으로 업그레이드한 제품이다.

이현구 기자 gnnews1@gwangnam.co.kr



김현중 이사장은 최근 안전보건공단 광주광역시본부를 방문, 현장경영을 실시했다.

김현중 안전보건공단 이사장, 광주서 현장경영

작년 63명 숨져...산재 현황 점검·개선 대책 모색

안전보건공단 광주광역시본부는 최근 김현중 이사장이 방문, 현장경영을 실시했다고 9일 밝혔다.

이번 방문은 지역 산업재해 현황을 점검하고 실효성 있는 개선 대책을 모색하기 위해 추진됐다.

김현중 이사장은 지역의 산업재해 현황과 문제점을 보고받은 뒤 타 지역보다 발생 비율이 높은 만큼 지역 특성에 맞는 실질적인 안전 대책을 적극 추진해달라고 당부했다.

실제 지난해 지역에서 산업재해로 숨진

근로자는 63명이다. 이는 전년과 비교해 8.6% 증가한 수치다.

근로자 1만명당 업무상 사고사망자 비율을 뜻하는 ‘사고사망만인율’은 0.49%로, 전국 평균보다 약 30% 높은 실정이다.

김현중 안전보건공단 이사장은 “광주·전남은 영세한 사업장이 많아 산업재해 사망률이 특히 높은 지역”이라며 “산업재해 감소와 안전 문화 정착을 위해 다각적인 지원을 아끼지 않겠다”고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr



NH농협생명 전남총국은 8~9일 서울 스위스그랜드호텔에서 열린 NH농협생명 연도대상 시상식에서 전남농축협 14개 사무소, 개인부문 26명이 수상 영예를 안았다.

전남 14개 농축협, NH농협생명 연도대상 수상

해남 화산농협 4연속 그룹 1위...개인부문 26명 선정

NH농협생명 전남총국은 8~9일 서울 스위스그랜드호텔에서 열린 NH농협생명 연도대상 시상식에서 전남농축협 14개 사무소, 개인부문 26명이 수상의 영광을 안았다고 밝혔다.

올해로 37회째를 맞이하는 NH농협생명 연도대상은 지난 한 해 동안 NH농협생명 보험사업 추진에서 최고의 성과를 거둔 농축협 사무소 및 임직원을 선발하는 제도다. 전남농축협은 사무소 및 개인 부문 최다 수상을 배출했다.

특히 해남 화산농협과 고흥 흥양농협은 각각 4연속, 3연속 사무소부문 그룹 1위를 차지하는 기업을 토했다. 이양청풍농협도 2년 연속 이름을 올렸다.

사무소 부문은 진도농협, 화산농협, 흥양농협, 이양청풍농협, 도곡농협, 여수축산농협, 영암농협, 고흥농협, 동광양농협, 삼호농협, 거금도농협, 목포원예농협, 신북농협, 영광축산농협 등이 수상의 영광을 안았다.

개인 부문에서는 △금상 김호정 (화산

농협)·김도은 (군서농협) △은상 서은주 (광양농협)·양정숙 (도곡농협) △동상 최지혜 (완도농협)·신현숙 (신북농협)·윤형선 (영암농협)·임운정 (영광축산농협)·김미라 (신안농협) △우수상 성미애 (신안농협)·서은자 (거금도농협)·양선영 (완도농협)·문인숙 (북평농협)·안호신 (북평농협)·백인순 (삼호농협) △첼린저상 장연하 (월야농협)·박승현 (목포원예농협)·송주경 (북신안농협)·박현태 (흥양농협)·송연숙 (흥양농협)·이신영 (진도농협)·문미영 (영암농협)·정필수 (이양청풍농협) △기타보장성 특별상 김도은 (군서농협) △온라인보험상 지무송 (동광양농협)·오진희 (서영암농협)가 수상의 영예를 안았다.

이승홍 기자 photo25@

■ 광주상의, 소매유통업 경기전망지수 조사

고물가에 내수 초토화...55% “소비 회복 내년 이후”

‘72’ 전 분기비 13p ↓...11분기 연속 기준치 하회

광주지역 소매유통업 경기전망지수가 11분기 연속 기준치 (100)를 밑돌았다. 고물가·고금리·고환율 등 3고 현상과 함께 비상공제 등 국내 정치 불안까지 겹치면서 내수 시장 침체가 장기화 되는 것으로 풀이된다.

9일 광주상공회의소에 따르면 지역 47개 소매·유통업체를 대상으로 ‘2025년 2분기 소매유통업 경기전망지수 (RBSI)’를 조사한 결과, 지난 분기 (85)보다 하락한 ‘72’를 기록했다.

지난 2023년 1분기 74를 기록하며 기준치를 밑돌기 시작한 11분기 연속 기준치를 넘어서지 못하고 있다.

소매유통업 경기전망지수 (RBSI : Retail Business Survey Index)는 유통

업체들의 현장 제감경기를 수치로 나타낸 지표다. 지수가 100을 넘으면 다음 분기경기가 이번 분기에 비해 호전될 것으로 예상하는 기업이 더 많음을 의미하며, 100 미만이면 그 반대의 뜻이다.

이번 분기 실적에 영향을 미치는 주요 요인은 ‘고물가 지속에 따른 소비심리 위축’ (57.4%)이 가장 큰 걱정인 것으로 조사됐다. 이외에 국내 정치 불확실성 (46.8%), 비용 부담 증가 (40.4%), 미국 수입관세 부과 (17.0%), 중국 전자상거래 국내시장 영향력 확대 (12.8%), 환율상승에 따른 수입물가 상승 (12.8%) 등을 꼽았다.

업체별로는 대형마트, 백화점, 편의점, 슈퍼마켓 모두 경기가 악화될 것으로 전망했다.

미국발 수입관세 부과로 인해 수출이 감소, 소비시장이 둔화될 것인지에 대해 응답업체의 80.8%가 ‘매우 그렇다’ 또는 ‘그렇다’고 응답했다.

또 국내 정치 불확실성으로 인해 소비심리가 위축될 것인지에 대해 응답업체의 78.8%가 ‘매우 그렇다’ 또는 ‘그렇다’고 답했다.

국내 소비시장 회복 시점을 묻는 질문에 55.3%가 ‘2026년 이후’로 예상했으며, ‘2028년 이후’는 19.1%, ‘2025년 하반기’ 15.0%, ‘2027년 이후’ 10.6%의 순으로 응답했고, 올해 상반기에 회복될 것이라고 전망하는 기업은 없었다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr