

전남, 조선산업 체질 바꾼다...고부가 구조 전환 본격화

함정 MRO·설계 엔지니어링·극저온 단열 등 3대 축 확보 생산공정 혁신 인프라 구축...첨단산업 생태계 구축 속도

전남도가 함정 유지·보수·정비(MRO), 설계 엔지니어링, 친환경 화물장 등 조선산업 전후방 핵심 분야 3대 사업을 확보하며 조선산업 고도화에 속도를 내고 있다. 건조 중심의 기존 산업구조를 넘어 설계와 제조, 정비, 핵심 기자재를 아우르는 미래형 첨단산업으로 체질을 바꾸기 위한 기반이 잇따라 마련됐다는 평가다.

전남도는 21일 중소조선 함정 MRO

로별 경쟁력 강화지원사업, 중소조선 설계 엔지니어링 기술지원사업, 친환경 선박용 극저온 단열시스템 생산제조 기반구축사업 등 조선산업 핵심사업 3건이 선정됐다고 밝혔다.

이번 사업 선정으로 전남도는 조선산업의 사업영역을 친환경·첨단 분야로 넓히고, 정비와 핵심 기자재까지 포괄하는 고부가가치 산업으로 육성할 계획이다.

우선 산업통상자원부 공모에 선정된 중소조선 함정 MRO 글로벌 경쟁력 강화지원사업은 전남이 부산·울산·경남과 함께 추진한다.

2026년부터 2030년까지 5년간 총 495억원이 투입되며, 중소조선소의 기자재 기업의 함정 MRO 분야 진출, 산업 전환, 전문인력 양성 등을 지원한다.

전남 조선업계가 신조선 건조를 넘어 정비와 유지보수 시장까지 사업 범위를 넓히는 계기가 될 것으로 기대된다.

부산·경남과 함께 확보한 중소조선 설계 엔지니어링 기술지원사업도 2026년부터 2030년까지 총 240억원 규모로 추진

된다.

이 사업은 대형 조선소의 의존도가 높았던 설계 역량을 중소형 조선소 내주로 끌어올려 친환경 선박 신모델 개발과 기술 자립 기반을 강화하는 데 초점이 맞춰졌다.

생산 중심 산업구조에 머물렀던 지역 조선업에 설계 경쟁력을 더해 기술집약형 산업으로 전환하겠다는 구상이다.

전남도가 단독 추진하는 친환경 선박용 극저온 단열시스템 생산제조 기반구축사업도 눈에 띈다. 2026년부터 5년간 총 292억원이 투입되며, LNG 극저온 단열시스템의 생산·제조부터 공정 검증, 품질 확보

까지 전주기를 뒷받침할 인프라와 장비를 구축하는 것이 핵심이다. 이를 통해 LNG 등 극저온 화물장의 한국형 모델 개발과 기술 자립을 끌어내고, 해외 라이선스 의존에 따른 비용 부담도 줄일 수 있을 것으로 전남도는 보고 있다.

전남도는 앞서 지난 4월 초 제조 현장 지능화를 위한 조선해양 생산공정혁신(AI) 지원 기반구축사업에도 선정됐다.

이에 따라 오는 7월부터 2030년까지 총 231억원을 들여 영암 대불자유무역지역에 조선산업 AI 실증센터를 건립할 예정이다.

전남도는 이들 사업을 발판으로 설계와

제조, 정비, 핵심 기자재가 선순환하는 지능형 첨단 조선산업 생태계 구축에 나설 방침이다. 단순 건조 물량 확보에 머무르지 않고 친환경·고부가가치·기술집약 분야로 산업 축을 옮겨 조선산업의 경쟁력을 끌어올리겠다는 것이다.

김기홍 전남도 전략산업국장은 "전남 조선산업은 AI 실증센터에 이어 이번 3개 사업 선정으로 현재의 흐름에 머물지 않고 한 단계 더 도약할 기반을 마련했다"며 "앞으로도 고부가가치와 기술집약 분야를 집중 육성해 지역 조선산업 경쟁력을 높일 것"이라고 말했다.

이현규 기자 gnnews1@gwangnam.co.kr



전남도는 일본 주요 관광지인 나리타 산도거리 '푸드랜드&마켓'에 농수산식품 상설판매장을 개장했다.

사진제공=전남도청

전남도, 나리타에 상설판매장...일본 공략 거점 확보

연간 1000만 관광객 상권 입점...현지 유통망 확대

전남도가 일본 나리타 핵심 관광상권에 농수산식품 상설판매장을 열고 현지 시장 공략 거점을 확보했다.

전남도는 일본 주요 관광지인 나리타 산도거리 '푸드랜드&마켓'에 농수산식품 상설판매장을 개장했다고 21일 밝혔다. 연간 1000만 명이 찾는 상권에 직접 판매 거점을 구축하면서 현지 유통망 확대와 소비자 접점 강화에 나섰다.

이번 상설판매장은 일본 시장 확대 전략의 일환으로 추진됐다. 단순 수출

을 넘어 현지에서 제품을 상시 노출하고 판매하는 구조를 만들겠다는 취지다. 전남도는 이를 통해 일본 소비자가 전남 농수산식품을 쉽게 접하고 구매할 수 있는 기반을 구축한다는 계획이다.

개장식은 지난 17일 열렸으며, 고이케 마사아키 나리타시의회원과 전남도 일본사무소장, 나리타상공회의소 의장, 산도거리 상인연합회장 등 현지 관계자들이 참석했다. 지역 상권과의 협력 기반을 마련했다는 점에서 향후 판촉 확대에도 힘이 될 것으로 보인다.

산도거리는 정기적으로 축제가 열리는 대표 관광 상권으로, 외국인 관광객 유입이 많은 지역이다. 전남도는 이 같은 유동인구를 활용해 김과 전복, 해조류 등 지역 농수산식품을 자연스럽게 노출시키는 전략을 세웠다.

최근 일본에서는 한류 확산과 함께 식문화에 대한 관심이 빠르게 커지고 있다. 케이팝과 드라마, 애니메이션을 계기로 한국 음식에 대한 체험 수요가 늘면서, 현지 소비층도 중장년 중심에서 젊은 층으로 확산되는 흐름이다.

수출 지표도 상승세를 보이고 있다. 올해 3월 기준 전남의 대일 농수산식품 수출액은 4421만달러로, 지난해 같은

기간보다 14.8% 증가했다. 주요 품목은 김과 음료, 미역, 전복, 톳 등이다.

신현곤 전남도 국제협력관은 "나리타 상설판매장 개장은 일본 시장에서 전남 농수산식품 인지도를 높이는 계기가 될 것"이라며 "지속적인 홍보와 판촉을 통해 현지 유통망을 넓혀가겠다"고 말했다.

전남도는 현재 미국 등 12개국에 25개소의 해외 상설판매장을 운영하고 있으며, 이를 통해 농수산식품 수출 1085만달러의 실적을 올리고 있다. 나리타 거점을 계기로 일본 시장 내 입지를 확대한다는 계획이다.

이현규 기자 gnnews1@gwangnam.co.kr

소상공인 '버팀목 마이너스통장보증' 500억 지원

비대면 신청·2000만원 한도...전남신보, 중동발 경기 불안 대응

전남신용보증재단은 장기적인 저성장 과 경기 불황으로 자금 확보에 어려움을 겪는 소상공인의 금융 부담을 완화하기 위해 '소상공인 버팀목 마이너스통장보증'을 시행한다고 21일 밝혔다.

이번 마이너스통장 보증은 최근 중동 사태 여파로 지역 경기 침체 우려가 커짐에 따른 선제적인 정책으로, 총 500억원 규모로 지원할 예정이다.

특히 전 과정이 비대면 방식으로 진행돼 소상공인의 보증 이용 편의성과 접근성을 한층 높였다.

보증 대상은 전남도 내에서 사업자 등록 후 6개월 이상 영업 중인 개인사업자로, 최근 3개월 매출액 200만원 이상 또는 연매출 1200만원 이상인 경우 신청이 가능하다. 또한 개인 신용평점 기준으로 NICE 755점 이상 또는 KCB 670점 이상을 충족해야 한다.

지원 한도는 최대 2000만원이며, 보증 기간은 최대 5년, 보증료율은 연 1%로 적용된다. 특히 이번 보증은 자유롭게 운용 가능한 마이너스통장 방식으로 소상공인

의 사업 운영에 유연성을 한층 더 높일 것으로 기대된다. 보증 이용을 희망하는 사업자는 재단의 '보증드림' 앱(App) 또는 은행 앱(카카오뱅크)을 통해 신청 가능하다.

이강근 이사장은 "지역 경기 침체로 어려움을 겪고 있는 도내 소상공인들에게 중동 사태라는 추가적인 위기가 더해지면 경영 여건이 더욱 악화되고 있다"며 "앞으로도 어려움에 처한 사업자들이 위기를 극복할 수 있도록 든든한 금융 버팀목 역할을 지속적으로 수행하겠다"고 말했다.

한편 전남신보는 최근 유가 상승 등으로 위기 상황에 처한 기업을 위해 전남도가 출연한 3억원을 지원으로 '전남도 위기기업 긴급지원 특별보증'을 30억원 규모로 지원하며, 금융기관(광주은행, 국민은행, 기업은행, 하나은행)의 우대금리로 최대 1억원 이내, 보증료율도 0.5%로 우대 적용해 금융 비용 부담을 크게 낮췄다.

임재용 기자 djawody0316@gwangnam.co.kr

세계김치연구소, 김치 전용 HS코드 신설 추진

'HS2033 반영' 국제 표준 간담회 열고 대응 전략 공유

세계김치연구소는 국제관세기구(WCO)의 차기 품목분류체계 개정안인 'HS2033'에 김치 전용 HS코드 신설을 추진하기 위해 최근 오송컨벤션센터에서 '김치 국제 표준 간담회'를 열고 대응 전략 마련에 착수했다.

HS코드(Harmonized System Code)는 세계관세기구(WCO)가 국제무역 상품을 체계적으로 분류하기 위해 만든 국제 표준 품목분류 체계로, 국가 간 무역 통계 작성과 관세 부과, 통관 절차 등에 활용되는 6단위 이상의 숫자 코드다.

연구소는 그동안 김치의 국제적 위상 제고를 위한 표준화 기반 마련에 힘써왔다. 특히 국제식품규격위원회(Codex) 논의 과정에서 김치의 주원료인 배추 명칭에 'Kimchi Cabbage'를 반영하는 데 기여하며, 김치가 세계 시장에서 독립된 식품 문화이자 산업 품목으로 인정받을 수 있는 토대를 넓혀왔다.

하지만 산업 현장에서는 여전히 김치의 HS코드 적용을 둘러싼 혼선이 이어지고 있다. 현행 HS 체계에서 김치는 '기타 조제·보존처리한 채소(HS 2005.99)'에 포함돼 피클, 파오차이, 사우어크라우트 등과 함께 분류되고 있다. 이로 인해 국제무역 통계 왜곡은 물론 국가 간 품목분류 불일치, 통관 지연 등의 문제가 발생하고 있어, 김치를 별도 품목으로 식별할 수 있는 독립된 6단위 HS코드 신설 필요성이 꾸준히 제기돼 왔다.

이에 연구소는 지난해 '김치 HS코드 국

제기준 정립 및 등록 추진을 위한 기반 구축' 연구를 수행하고, 관세청과의 협력을 통해 김치 전용 HS코드 신설을 위한 정책적 기반을 마련해왔다.

간담회에서는 김치 전용 HS코드를 HS 2033에 반영하기 위한 추진 현황을 산업계·학계·관계부처와 공유하고, 세계관세기구(WCO) 승인을 위한 대응 전략을 관세청과 함께 논의했다. HS2033은 2030년 1월 1일부터 시행될 예정으로, 김치를 독립 품목으로 반영하기 위한 선제 대응 성격이 갖는다.

세계관세기구의 HS 개정은 국제 교역 환경 변화와 품목 분류 정확성 제고를 반영해 5년 주기로 이뤄지며, 현재 확정된 HS2028은 2028년 1월 1일부터 시행될 예정이다.

오현진 관세청 세원심사과장은 이날 '김치 전용 HS코드 WCO 승인 전략' 발표를 통해 "김치의 글로벌 시장 내 위상과 세계화 진전을 고려할 때, 배추김치에 대한 6단위 HS코드 신설을 HS2033에 우선 반영할 필요가 있다"고 강조했다.

장혜춘 세계김치연구소장은 "김치 전용 HS코드가 신설되면 김치는 국제 교역 체계에서 하나의 독립된 상품으로 보다 명확히 자리매김하게 될 것"이라며 "앞으로도 산업계 의견을 폭넓게 수렴하고 관여부처와 긴밀히 협력해 김치의 국제적 위상을 높이는 데 최선을 다하겠다"고 말했다.

이승홍 기자 photo25@gwangnam.co.kr

'숨은 금융자산 찾아주기' 농협상호금융, 캠페인 실시

농협상호금융은 다음달 22일까지 '숨은 금융자산 찾아주기' 캠페인을 실시한다고 21일 밝혔다.

이번 캠페인은 농축협 영업점에 전담 직원을 배치해 고객들의 숨은 금융자산에 대한 관심과 환급률을 높이고, 금융 사각 지대에 놓인 고객들의 접근성과 편의성을 강화하기 위해 마련됐다.

환급 대상은 만기일이 1년 이상 경과한 정기 무거래 예금과 일정 기간(일반 고객 5년, 조합원 10년) 거래가 없는 휴면예금이다. 해당 자산은 전국 농축협 영업점은 물론 'NH로뱅크'와 'NH스마트뱅크'에 플래케이션을 통해 간편하게 조회하고 환급 신청할 수 있다. 마이데이터 가입 고객의 경우 별도의 복잡한 절차 없이 비대면으로 몇 차례 터치만으로 전 금융기관 계좌를 한 번에 조회하고 환급금까지 수령할 수 있도록 프로세스를 개선했다.

윤성훈 농협상호금융 대표이사는 "앞으로도 고객이 보다 쉽고 편리하게 금융 자산을 관리할 수 있도록 디지털과 현장을 아우르는 서비스를 지속 확대해 나가겠다"고 말했다. 이승홍 기자 photo25@gwangnam.co.kr

전남 소비재, 도쿄박람회서 수출 교두보

중소기업 10개사 참가 105만달러 MOU 성과 케이푸드·뷰티 앞세워 일본시장 진출 기반 마련

전남도가 일본 도쿄에서 열린 소비재 박람회에 참여해 도내 중소기업의 일본 시장 진출 기반을 넓혔다. 현지 바이어 상담과 수출 협의가 이어지며 실제 계약으로 이어질 수 있는 성과도 확보했다.

전남도는 지난 18일까지 3일간 일본 도쿄 선사인시에서 열린 'K-프리미엄 소비재전(KOREA EXPO)'에 참가해 현지 마케팅을 집중 추진했다.

이번 박람회는 한국무역협회가 주관한 행사로, 일본 바이어와 소비자를 대상으로 케이푸드와 케이뷰티 등 국내 유망 소비재를 소개하는 자리로 마련됐다.

전남도는 참가기업 모집부터 부스 운영, 현지 상담 지원까지 전 과정을 맡아 도내 기업의 해외 판로 개척을 지원했다. 행사에는 식품기업 5개 사와 뷰티기업



전남도는 지난 18일까지 3일간 일본 도쿄 선사인시에서 열린 'K-프리미엄 소비재전(KOREA EXPO)'에 참가해 현지 마케팅을 집중 추진했다.

사진제공=전남도청

5개 사 등 총 10개 기업이 참여했다.

이들 기업은 건강식품, 간편식, 기능성 화장품 등 일본 소비 트렌드에 맞춘 제품을 선보이며 현지 시장 반응을 확인했다. 현장에서는 바이어 상담과 수출 협의가 이어지며 총 5건, 105만달러 규모의 수출 양해각서(MOU)가 체결됐다.

일부 화장품 기업은 일본 흡소핑 채널 입점을 놓고 구체적인 협의를 진행하는 등 후속 계약 가능성도 확보했다.

일본은 케이-소비재 수요가 높은 핵심

시장으로 꼽힌다.

전남도는 이번 박람회를 통해 도내 기업 제품의 현지 적합성을 점검하고, 향후 수출 확대를 위한 기반을 마련한 것으로 보고 있다.

신현곤 전남도 국제협력관은 "일본은 지리적 접근성과 소비재 수요 측면에서 중요한 시장"이라며 "기업들이 안정적인 진출할 수 있도록 지속적인 해외 마케팅과 지원을 이어가겠다"고 말했다.

이현규 기자 gnnews1@gwangnam.co.kr