

고유가지원금 지급... 자영업자들 '소비 회복' 촉각

'가ם속 단비' 외식·생활소비 회복 기대감 확산 배달앱 일부 사용 가능... 대기업 계열 제한 유지

정부의 2차 고유가 피해지원금 지급이 본격화되면서 유통업체와 자영업자들이 소비 회복 기대감에 촉각을 곤두세우고 있다. 지원금 사용처가 전통시장과 동네마트, 음식점 등 지역 소상공인 중심으로 제한된 가운데 소비 침체와 고물가 여파로 매출 감소를 겪고 있는 골목상권에 모처럼 소비 훈풍이 불 수 있다는 기대감이 커지고 있다.

▶관련기사 10면

18일 정부는 건강보험료 기준 하위 70%를 대상으로 하는 2차 고유가 피해지원금 신청, 지급을 시작했다. 이번 2차 지급은 1차 때보다 지급 규모가 10배 이상 늘어난 약 3600만명을 대상으로 하며, 거주 지역

에 따라 10만~25만원이 차등 지급된다. 전국적으로 막대한 지급이 풀리는 만큼, 그동안 장기 침체로 신음하던 소상공인과 자영업자들은 기대감에 부풀어 있다. 지난 1차 지급 당시 매출 증대 효과를 톡톡히 경험했던 골목상권 점포들은 이번 2차 지급이 본격적인 소비 활성화의 마중물이 되기를 간절히 바라는 분위기다.

기획재정부와 한국개발연구원(KDI) 분석에 따르면 지난해 민생회복 소비쿠폰 지급 직후 6주간 사용 가능 업종의 매출은 지급 직전보다 평균 4.93% 증가한 것으로 나타났다. 소비쿠폰으로 사용된 신용·체크카드 금액 약 5조원 가운데 42.5%가 실

제 추가 소비로 이어지면서 약 2조1000억 원 규모의 소비 창출 효과를 낸 것으로 분석됐다.

업종별로는 의류·잡화·미용 부문 매출 증가 효과가 12.1%로 가장 컸고, 음식점·식품·음료 업종도 6.4% 증가한 것으로 집계됐다. 지급 초기보다 시간이 지나면서 소비 증가 폭도 확대됐다. 지급 후반부로 갈수록 골목상권 소비 회복세가 더 뚜렷했던 것으로 나타났다. 이 같은 경향이 있는 만큼 자영업자들 사이에서는 "이번 지원금 역시 침체된 소비 심리를 살리는 계기가 될 수 있다"는 기대감이 커지고 있다. 특히 대형마트나 백화점 등 대기업 유통 채널에서 지원금 사용이 차단되면서, 동네마트와 전통시장, 요식업체 등은 이번 기회를 '특수'로 이어가기 위한 총력전에 나섰다.

외식업계의 경우 최근 식재료 가격 상승

과 배달비 부담으로 외식 소비가 위축된 상황에서 동네 음식점과 프랜차이즈 가맹점들은 매출 반등을 바라고 있다.

동구에서 음식점을 운영하는 한성훈(52)씨는 "보통 물가가 올라가면 외식비부터 줄이기 마련이라 최근에 손님이 크게 줄었다. 그래서 인지 지원금이 나오면 보통 먹거리나 가족 외식 소비가 늘어나는 것 같다"며 "이번 민생회복 소비쿠폰 때처럼 이번 주에도 저녁 손님이 눈에 띄게 늘어나기를 기대하고 있다"고 말했다.

동네마트들도 손님 유치 준비에 한창이다. 북구 한 아파트 단지 인근에서 마트를 운영하는 서모(47)씨는 "이무래도 대형마트를 제한하다보면 그곳으로만 가던 손님들이 동네 마트로 발길을 돌릴 수 밖에 없다"며 "이번주 지급을 앞두고 지원금 사용 가능 매장이라는 안내 현수막을 크게 걸고, 생필품 중심의 할인 행사를 기획해

손님들을 맞이할 준비를 하고 있다"고 말했다.

편의점과 프랜차이즈 업계도 소비자 잡기에 나섰다. 일부 편의점은 지원금 사용 가능 매장을 알리는 안내문을 부착했고, 프랜차이즈 가맹점들은 자체 할인 행사와 증정 이벤트를 준비하며 손님 끌기에 힘을 쏟고 있다. 유통업계에서는 특히 식료품과 생활필수품 중심 소비가 단기간 증가할 가능성을 주목하고 있다.

이번 지원금은 기본적으로 주소지 관할 지방자치단체 내 소상공인 가맹점에서 사용할 수 있다. 전통시장과 동네마트, 음식점, 카페, 병원, 약국, 미용실, 학원, 편의점, 주유소 등 생활밀착형 업종 대부분이 포함된다. 최근 고유가 상황 속에서 주유소 이용이 가능하다는 점도 시민들의 관심을 끌고 있다. 배달앱은 현장 결제 방식 등에 한해 사용 가능한 사례가 많아 관련 문

의도 이어지고 있다.

반면 대형마트와 기업형슈퍼마켓(SSM), 백화점, 온라인 쇼핑몰에서는 사용이 제한된다. 이마트와 홈플러스, 롯데마트 등 대형마트를 비롯해 현대·롯데·신세계 백화점, 대형 가전제품 전문점 등에서는 지원금을 사용할 수 없다. 쿠팡과 네이버 쇼핑 등 온라인 플랫폼과 유희·사행성 업종, 대기업 직영 프랜차이즈 매장은 제한 대상이다.

정부 관계자는 "고유가와 고물가로 시름하는 국민들의 생계 부담을 덜고, 골목상권에 온기를 불어넣기 위해 마련된 정책인 만큼 신속하고 차질 없는 지급에 최선을 다하겠다"며 "요일제 혼선을 줄이기 위해 방문 전 본인의 신청 요일을 반드시 확인하고, 기한 내에 지원금을 모두 소비해 지역 경제 살리기에 동참해 달라"고 당부했다. 김은성 기자 unzy@gwangnam.co.kr



이마트는 17일 전국 이마트·트레이더스·에브리데이 점포에 입점한 임대 매장 중 990여곳에서 '고유가 피해지원금' 사용이 가능하다고 안내했다.

이마트서도 고유가 피해지원금 사용한다

미용실·안경점 등 소상공인 운영 매장 대상

광주·전남지역 이마트에서도 '고유가 피해지원금'을 사용할 수 있다.

18일 이마트에 따르면 전국 이마트·트레이더스·에브리데이 점포에 입점한 임대 매장 중 990여곳에서 '고유가 피해지원금' 사용이 가능하다. 이는 전체 임대매장 2800여 곳 중 약 35%에 해당한다.

주요 사용처는 미용실, 안경점, 세차장, 식당 등 소상공인이 운영하는 생활 밀착형 업종이다. 대표적으로 이마트에서는 안경점, 열쇠 수리점, 세탁 수선점, 음식점, 약국, 동물병원 등에서 사용할 수 있다.

트레이더스에서는 미용실, 카페 등, 에브리데이에서는 노브랜드버거, 음식점 등

에서 사용 가능하다.

이마트는 고객 편의를 높이고 입점 소상공인을 지원하기 위해 사용 가능 매장마다 별도 안내문을 부착했다. 또 매장 입구와 고객 이동이 많은 주요 동선에 관련 고지물을 비치해 고객들이 지원금 사용 가능 매장을 보다 쉽게 확인할 수 있도록 했다.

이마트는 이번 안내 강화 활동이 고객들의 편리한 지원금 사용을 돕는 것은 물론, 이마트 내 입점 소상공인들의 매출 활성화에도 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr

콘진원, 게임업계 AI 전환 지원... 경쟁력 높인다

모바일게임협회 등과 협약...도구 구독료 부담 완화 등 중점

한국콘텐츠진흥원이 국내 게임업계의 인공지능 전환(AI)을 본격 지원하며 K-게임 경쟁력 강화에 나선다.

콘진원은 최근 한국모바일게임협회, 한국게임개발자협회, 한국인공지능게임협회, 한국게임산업협회와 업무협약을 체결하고 '게임 제작환경 인공지능 전환(AI) 지원사업'을 추진한다고 18일 밝혔다.

이번 사업은 생성형 인공지능 확산과 글로벌 게임시장 경쟁 심화에 대응해 게임기업들의 제작 효율성과 경쟁력을 높이기 위해 마련됐다. 특히 중소·중견 게임기업들이 AI 제작도구를 활용하는 과정에서 가장 큰 부담으로 꼽히는 구독료

문제를 해소하는 데 중점을 뒀다.

앞서 콘진원이 업계에 대상으로 실시한 수요조사 결과에 따르면 게임산업 AX 과정의 가장 큰 애로사항으로 'AI 도구 구독료 부담'이 81.9%로 가장 높게 나타났다. 또 실무형 AI 교육 프로그램에 대한 요구도 높은 것으로 조사됐다.

이에 따라 콘진원과 게임산업 협단체는 게임 제작환경의 AI 활용 확대를 위해 제작도구 사용료 지원과 함께 교육·법률 지원도 병행할 계획이다.

지원사업 접수는 오는 27일까지 진행된다. 기업 규모별로 차등 지원한다. 1~2인 기업은 최대 500만원, 3~10인 기업은 최대 1000만원, 11~20인 기업은 최

대 2000만원, 21~50인 기업은 최대 5000만원까지 지원받을 수 있다. 지원 규모는 총 500개사 안팎이다.

지원 대상은 게임 관련 업종 기업이며, 올해 콘진원 게임제작지원사업 선정 기업은 제외된다. 선정은 공개 추첨 방식으로 진행된다. 선정 기업은 매출 계입 제작 분야 AI 활용 내역을 제출해야 하며, 공모 안내자료에 제시된 AI 제작 도구를 활용할 수 있다.

또 국내 개발 AI 도구는 공급가격의 100%, 해외 개발 도구는 90%까지 지원한다. 이와 함께 게임 제작 과정에서 발생할 수 있는 저작권·법률 문제 대응 가이드 제공, 성과공유회 개최 등을 통해 업계 내 AI 활용 우수사례 확산에도 나설 방침이다.

나주=조현천 기자 pose007@

롯데마트서 제철 과일 수박 먼저 맛봐요

27일까지 '수박대전' 진행

롯데마트가 소비자들에게 실패 없는 수박 쇼핑 경험을 제공한다.

최근 이상기후 영향으로 예년보다 이른 무더위가 찾아오면서 수박에 대한 고객 관심이 높아지고 있다.

실제 지난 1일부터 13일까지 수박 매출은 전년 대비 18.2% 상승했다.

이에 롯데마트는 오는 27일까지 제철 먹거리 캠페인 '제철엔 제타 수박대전'을 진행한다.

롯데마트는 이번 5월 '제철엔 제타' 품목에 수박을 선정했다.

수박은 비교적 가격대가 높은 과일인 만큼 당도와 품질에 대한 고객들의 구매 기준이 까다로운 상품으로 알려져 있다.

롯데마트는 고객들이 믿고 구매할 수 있는 수박 쇼핑 경험을 제공하기 위해 호프 수박, 흑피수박 등 품종별 특징은 물론 브릭스(Brix), 수박 산지, 품질 검사 기준 등 수박 맛과 품질을 판단할 수 있는 정보를 제공했다.

특히 수박 품질 경쟁력 강화를 위해 이번 행사에서 판매하는 수박 전품목에 대해 11Brix 이상의 고당도 상품만을 운영하고, AI 선별 시스템을 통해 과숙이나 과당과(과육이 충분히 채워지지 않은 과일) 발생 가능성을 최소화했다.

이밖에도 오는 27일까지 수박 전 품목에 대해 행사 카드 결제 시 1000원 할인 판매하며, 20일까지는 옐로인트 회원 대상으로 3천원 추가 할인 혜택을 제공한다.

앞서 롯데마트는 지난해 10월 첫 '제철엔 제타' 캠페인 상품인 고구마를 시작으로 지난 4월 두릅까지 계절별 제철 신선식품 총 8개 품목을 선보이며 긍정적인 성과를 이어가고 있다.

각 행사 상품별 '제철엔 제타' 운영 기간 매출을 확인한 결과, 8개 품목 평균 매출이 전년 동기 대비 약 70% 신장했다.

더불어 캠페인 기간 주요 포털 검색에서 '제철', '신선식품' 등이 연관 검색어로 노출되는 등 롯데마트 신선식품에 대한 소비자 관심과 인지도도 역시 함께 높아진 것으로 나타났다.

윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr

CUSTOMER SATISFACTION

고객 만족 실현을 최우선으로
고객과 함께 성장하는 DH Group

www.global-dh.com