

은행과 카드사 고금리 장사 '눈살'

NH농협·씨티은행, 현금서비스 금리 법정 최고 수준 육박

저금리 외증에도 은행카드는 물론 전업카드사들이 현금서비스(단기카드 대출) 금리를 28%대 고금리를 책정하고 있어 빙축을 사고 있다.

특히 NH농협은행과 한국씨티은행은 현금서비스 최고 금리를 여전히 법정 최고 수준(27.9%)과 거의 격차가 없는 27%대로 유지하고 있다.

13일 여신금융업체에 따르면 카드업을 영위하는 19개 금융사(시중지방은행 11개, 전업카드사 8개)의 현금서비스 최고 금리 평균은 25.97%로 집계됐다. 법정 최고 금리와 불과 약 2% 포인트 차다.

19개사 중 11개사의 현금서비스 최고 금리가 평균치보다 높았다. SC제일은행과 전북은행 등 3개사는 평균치에 걸친 25.9%로 설정했다. 14개 금융사가 최고 금리를 평균치 이상으로 책정했다는 것이다. 이를 가운데 현금서비스 최고 금리가 가장 높은 곳은 NH농협은행이다.

NH농협은행의 최고 금리는 27.4%다. 씨티은행의 최고 금리도 27.3%로

농협은행과 마찬가지인 27%대를 나타냈다. 전업 카드사 중에서는 하나카드의 금리가 가장 높았다. 하나카드의 현금서비스 최고 금리는 26.9%다.

이어 KB국민카드(26.5%)과 현대카드(26.5%), 롯데카드(26.4%)와 우리카드(26.5%) 등도 26%대를 보였다.

조남희 금융소비자원 대표는 "저금리로 자금 조달비용이 떨어지고 있지만, 카드사들이 여전히 고금리대출 정책을 유지하면서 자신의 배반 불리는 데 집중하고 있다"고 지적했다.

NH농협은행과 SC제일은행, 신한금융지주 계열 제주은행 등은 지난 3월 이후 단 한 번도 현금서비스와 카드론 금리를 조정하지 않았다. 카드사에서는 하나카드와 우리카드의 금리가 3월 이후 묵지부동이다.

한 카드사 관계자는 "카드사 간의 경쟁 심화와 기관별 수수료 인하 등으로 불거진 수익성 악화의 공백을 메우기 위해서는 대출 금리 유지가 불가피하다"고 해명했다.

/온재용 기자



국민건강보험공단 전주본부지사 건이·강이봉사단은 지난 12일 아름다운가게 모래내점과 함께 하는 '아름다운 하루' 행사를 기졌다

건보 전주북부, 아름다운가게와 봉사활동

도서 800여권 비롯 의류 생활용품 등 700여점을 기증

국민건강보험공단 전주북부지사

건이·강이봉사단은 지난 12일 아름다운가게 모래내점과 함께 하는

'아름다운 하루' 행사를 기졌다.

이날 봉사활동에서 봉사단원들은

도서 800여권을 비롯한 의류

및 생활용품 등 700여점을 기증하

고 주위에 소외된 이웃과 함께

하는 공단이 되도록 노력하겠다"

고 소감을 밝혔다.

/온재용 기자

직접 참여했다.

건보 김왕수 전주북부지사장은 아름다운가게 측으로부터 김사장

을 받고 "봉사단은 지속적인 선행

실천으로 나눔 문화 확산에 노력

하고 주위에 소외된 이웃과 함께

하는 공단이 되도록 노력하겠다"

고 소감을 밝혔다.

/온재용 기자

절임배추 선호도 지속 증가

김장김치를 직접 담그는 비중은 지속적으로 줄고 있으며 직접 김장을 하는 가구에서도 절임배추를 사용하는 비중이 높아지고 있는 것으로 나타났다.

따라서 절임배추나 다진마늘 등 가공과정의 안전성에 대한 관심방식이나 제도가 마련돼야 한다는 주장이다.

한국농촌경제연구원이 올해 김장을 배추김치 계획량에 대한 조사 결과, 지난 해와 비슷하거나(55%) 적게(28%) 담글 것으로 나타나 지난해보다 김장의 향이 감소할 것으로 전망된다.

이러한 감소요인은 가구 내 김치소비량이 감소하고 김장비용이 많이 들기 때문으로 분석됐다.

과거 김장 시기에는 배추를 비롯해 고추, 마늘 등을 원물 형태로 구매해 김장 재료를 가정에서 직접 절이거나 손질해 김치를 담그는 형태였지만 최근에는 김장철 소비 형태가 절임배추나 고춧가루, 칸마늘, 다진마늘 등으로 변화하고 있는 것으로 나타났다.

절임배추로 김장을 하는 가구 비중은 51.4%로 2008년 26.9%에서 꾸준한 증가세를 보이고 있다. 이는 핵가족화, 아파트 등의 거주 형태증가, 조리의 편의성을 추구하고 있기 때문으로 보인다.

김성우 농경연 연구위원은 "김장철 주요 채소류 생산이나 유통단계에서는 최근의 소비자 구매 패턴 변화에 대응해 절임배추, 고춧가루, 다진마늘 등의 가공에 있어 품질 및 안전성에 대한 효율적인 관리방안인 제도가 마련돼야 한다"며 "특히 소비자들은 절임배추 절임용 소금이나 세척용수의 위생에 대한 관심이 높아 절임배추 가공시 위생관리 방안이 마련돼야 할 것"이라고 밝혔다.

/온재용 기자

전북 우수관광상품 브랜드 中 소비재전

도내 8개 업체의 관광상품 브랜드 전시하고 돌아와

한국이야기(태권도트럼프), 오칠구칠(옻칠금박 핸드백) 등 모두 8개 업체의 상품이다.

박람회를 찾은 중국 현지민들은 오칠구칠에서 개발한 옻칠한지금박

핸드백을 보고 표면의 독특한 감성과 금박의 고급스러움에 흥미를 보였다.

또한 한지인협, 태권도트럼프 등 전시기간 내내 제품들에 대한 구입 문의도 이어졌다.

특히 바이어인 텐진민팃 수출유한 책임회사 부사장은 딕니무 주춧물

로 만든 닥트리아토진정 미스트 상

품에 관심을 가지며 수출 물량에 대한 논의를 나누기도 했다.

소비재전 참가 인솔자인 디자인 개발실 권현진 연구원은 "이번 행사 참가했으며 한국전통문화전당에서는 한지산업지원센터 디자인개발실에서 1개 부스를 얻어 8개 업체의 관광상품 브랜드를 전시했다"

라고 했다.

그러면서 "상품 전시 뿐 아니라 실제 바이어를 통해 구체적으로 계약 단계에 이를 수 있도록 업체 역량을 기위해나가는 등 기반을 다져나갈 수 있도록 하겠다"고 밝혔다.

/온재용 기자

라고 했다.

이번 소비재전에 전시된 상품은

강동오케이(꽃십), 예담공예(한지공예인형), 비빔(LED스탠드), 온고을

한지(민화한지노트), 온프로젝트(기

린팅 캐릭터), 이너디자인(디딤이),

이너디자인(디딤이),