

전북테크노파크 '세계로 가는 기업 육성 사업' 성과

# 금성산업, 미국 수출계약

### 가드레일 안전 롤러 시스템, 그레고리 산업과 5년간 400만 달러 규모

전북테크노파크는 도내 가드레일 업체인 금성산업이 미국 도로시설 2위 업체 그레고리 산업(Gregory Industries)과 5년간 400만 달러 규모의 독점계약을 체결했다고 16일 밝혔다.

전북테크노파크는 '세계로 가는 전북기업 육성 사업'을 추진 중이며 금성산업은 그 성과의 일환이다.

'세계로 가는 전북기업 육성사업'은 우수기술을 보유하고 있으나 해외시장 진출에 어려움을 겪고 있는 도내 우수 중소기업에 대상으로 전북테크노파크와 카이스트(KAIST) 해외 현지 마케팅 전문기관이 협력 지원하는 맞춤형 수출 마케팅 프로그램이다.

금성산업(대표 채종술)은 남원에 소재한 가드레일 제조회사로 지난 2014년 '세계로 가는 전북기업 육성 사업'에 참여해 미국 시장 진출을 위해 노력해 왔다.

이번 계약은 지난 1월 30일 미국 뉴올리언스 현지에서 금성산업의 채종술 대표, 그레고리 산업의 잘렌스키 대표, 카이스트(KAIST) 채수찬 교수 등이 참석한 가운데 체결됐다.

금성산업은 가드레일의 충격완충장치인 안전 롤러 시스템(Safety roller system)을 미국에 본격 수출할 수 있는 발판을 마련했다.

금성산업은 이번 계약을 통해서 5년

간 최소 400만 달러의 매출을 확보하게 되었을 뿐만 아니라, 기술이전으로 그레고리 산업으로부터 해당 제품 매출의 12% 로열티도 받게 됐다.

해당제품은 미국 내 시범설치가 시작될 예정이며, 본격적으로 미국 도로에 설치가 진행되면 향후 수출액은 계약 금액의 몇십배에 달할 것으로 예상된다.

전북테크노파크 백두옥 원장은 "금성산업의 대규모 수출계약성사가 성과가 도출돼 기쁘다"면서 "앞으로도 체계적인 지원으로 해외시장 진출의 디딤돌 역할을 하겠다"고 말했다.

/신광영 기자

## '제1회 메이커스 포럼' 개최

### 전북경제통상진흥원 21개 기관 협의체와

전북경제통상진흥원은 16일 전북창조경제혁신센터에서 제1회 메이커스 포럼을 개최했다.

메이커스는 기존의 DIY(Do it Yourself) 문화가 한 단계 진화된 형태이며, 컴퓨터로 그린 도면을 3D프린터나 레이저가공기 등 디지털 기기를 이용해 빠르고 저렴하게 제품을 개발하는 스마트 공장이다.

현재 미국을 중심으로 유럽과 중국, 일본 등 전 세계 주요국에 확산되고 있다. 또한 이미 개인의 취미생활을 넘어 상업성을 갖춘 제품 탄생의 원동력으로 주목받고 있다.

이번 메이커스 포럼은 도내 메이커스 운동의 활성화를 위해 전북시제품 제작소 내 3D 프린터 및 시제품 제작 지원을 위한 21개 기관의 협의체를 중심으로 진행됐다.



전북경제통상진흥원은 16일 전북창조경제혁신센터에서 제1회 메이커스 포럼을 개최했다.

전북경제통상진흥원 관계자는 "시제품 제작소를 활용해 장비 사용법부터 커뮤니티 제공, 액셀러레이터, 창업

인큐베이팅, 코워킹 스페이스 등 종합 지원체계를 마련하겠다"고 말했다.

/신광영 기자

## 지난해 12월 전북 가계대출 사상 최대

### 잔액 19조7877억 전달 대비 2265억 ↑ ... 기업대출은 1237억 ↓

지난해 12월 전북지역 가계대출 잔액이 사상 최대치를 경신한 가운데 꾸준한 증가세를 보이던 기업대출은 감소했다.

호전된 도내 부동산 경기와 기업의 연말 재무건전성 제고를 위한 대출금 일시상환 등이 원인으로 보인다.

16일 한국은행 전북본부가 발표한 '2015년 12월 중 전북지역 금융동향'에 따르면 지난해 12월말 전북지역

금융기관 가계대출 잔액은 19조 7,877억 원으로 전달 대비 2,265억 원 증가해 사상 최대치를 또다시 경신했다.

반면 12월 말 전북도내 기업대출 잔액은 18조 2,230억 원으로 전달말 대비 1,237억 원 감소했다.

가계대출은 주택담보대출 잔액이 11월보다 1,320억 증가한 9조 7,188억 원으로 49.1%를 차지했다.

또한 가계대출부류 금융기관별로는

예금은행이 9조 1,363억 원(46.2%), 비은행 예금취급기관은 10조 6,514억 원(53.8%)으로 집계 됐다.

기업대출 잔액은 전년 대비 증가규모가 축소(2014년 +20,283억 원→2015년 +16,165억 원)됐고 금융기관별로는 예금은행이 16조 1,047억 원(88.4%), 비은행 예금취급기관은 2조 1,183억 원(11.6%)으로 집계됐다.

최근 5년간(2010년~2015년) 가계대출 잔액은 지속적으로 증가하고 있다.

한 금융전문가는 "올해 분양예정 아파트가 지난해보다 30% 가량 감소해 주택담보대출 증가 폭은 한풀 꺾일 것"이라고 말했다.

/정영수 기자



## 전주 '롯데 웨딩페어' 21일까지

롯데백화점 전주점은 오는 21일까지 지하층 가전 구매장에서 대규모 롯데 웨딩페어를 열고 다양한 가전, 가구, 혼수상품을 선보인다.

이번 웨딩페어는 장기화되는 불황 속에 결혼을 앞둔 예비 신혼부부에게 합리적이고 실속있는 혼수제품 구매를 돕기 위해 마련됐다.

전자제품으로는 삼성전자 UHD TV(UN55U7750F, 139cm) 315만원, 삼성전자 지펠(RF85K9062\*8, 용량 845L) 405만원, 애드워시 세탁기(WD177820KG 17KG) 162만원, LG 전자 스타일러(S3BER) 162만원 등 브랜드별 혼수 베스트 상품을 선보일 예정이다.

혼수 가구 박람회에서는 시몬스 침대(CS3334 QE Giselle, 사이즈Q) 298만 5,000원, 에이스 침대(BRA1395-T/DT3/LQ, 사이즈 Q) 233만4,000원, 프로방스홈 블루 빈티지 3칸 콘솔/블루 빈티지 걸러리

양문장 각 29만9,000원에 판매하고 기간 중 에이스침대 100만원 이상 구매 시 디퓨저 증정 행사도 진행한다.

이벤트 행사로는 롯데백화점 웨딩멤버십 신규 가입시 맨디니 오리지널 패턴드 커플 액자를 증정하고 웨딩멤버십/웨딩클럽 동시 가입시 LPOINT 3천점 추가 증정 행사도 진행한다.

또한 가구 100/200/300/500/1000만원 이상 구매시 롯데상품권 7.5/15/22.5/37.5/75만원을 증정하고 삼성/LG(가전) 구매시 100/200/300/500/1,000만원 이상 구매시 롯데상품권 5/10/15/25/50만원을 증정한다.

롯데백화점 전주점 문종오 플로어팀장은 "1년에 단 두번 진행되는 가장 큰 혼수 박람회로서 연중 가장 저렴하게 혼수장만을 할 수 있는 기회가 될 것"이라고 말했다.

/신광영 기자

## 금감원 전주사무소, 지원으로 격상

16일 금융감독원에 따르면 금융감독원 전주사무소가 전북도 지역내 금융소비자 보호 강화를 위해 전주지원으로 격상되고 신임 김진우 지원장이 부임했다.

이에 따라 금감원 전주지원은 격상된 위상에 걸맞게 조속한 시일 내에 사무실 공간을 확장·개선하고 역대 민원인 편의를 증진시킬 계획인 것으로 알려졌다.

이번 격상으로 금감원 전주지원은 금융변호사를 특별 배치함으로써 여내 금융소비자들에게 전문적인 법률상담을 제공할 계획이다.

신임 지원장(김진우, 前 광주광역시청 금융정책자문관)은 1986년 성균관대 산업심리학과를 졸업해 1990년 8월 증권감독원으로 입사해 검사업무, 금융시장·상품에 대한 업무를 두루 거친 금융전문가로 알려졌다.

김 지원장은 역내에서 상량수의 금융민원이 제기되고 있는 실정임을 감안해 "민원을 신속하게 처리함으로써 소비자 권익보호에 만전을 기하고 업무지도 등을 통해 선제적인 민원예방 노력을 강화하겠다"면서 "금융소비계층 및 학생들을 대상으로 유관기관과 연계한 금융교육을 강화해 나갈 것"이라고 말했다.

/정영수 기자

## 20도 이상 소주 판매 꾸준히 증가

최근 저도주 열풍에도 불구하고, 주당 들은 여전히 독주를 선호하는 것으로 조사됐다.

하이트진로는 최근 5년간 20도 이상의 소주 판매 현황을 분석한 결과 해마다 판매가 꾸준히 증가했다고 16일 밝혔다.

"소주는 써야 제 맛"이라는 주장과 함께 최근 몇 년간 복고열풍과 더불어 과거의 소주 맛을 기억하는 사람들이 여전히 즐겨 찾는 때문인 것으로 파악된다. 이는 회사측 설명이다.

또 술에 대한 취향이 다양해지고 음주 문화가 변화하면서 보드카나 위스키처럼 소주와 함께 과일주스·탄산수 등 다른 제품들과 섞어 제조해 마시는 소비자들이 늘어나는 추세도 영향을 미친 것으로 분석된다.

25도 '진로골드'의 10년 전 연간 판매량은 9만2000상자(1상자= 360ml×30병 기준)에 불과했지만 2015년에는 17만5000상자로 두배 가까이 증가했다. 지난해 판매량은 2014년 15만8000상자 대비 약 10% 가량 증가한 수치이다.

진로골드의 이러한 판매증가 요인으로는 대중적인 소주제품과의 도수 차이가 점점 벌어지면서 소주 본연의 맛을 선호하는 소비자들은 오히려 진로골드 제품으로 옮겨간 영향으로 파악된다.

또 25도 증류식 소주인 '일품진로'의 판매량도 해마다 큰 폭으로 증가해, 2013년 1만5000상자(1상자= 375ml×6병 기준), 2014년에는 4만2000상자, 2015년에는 7만2000상자로 전년 대비 각각 171%, 72.8%씩 크게 증가했다.

/이성주 기자

