

# JB금융, 상반기 실적 대폭 개선

### 순익 1289억으로 전년비 69.4%상승... 내실 위주 자산성장과 경비절감

JB금융그룹이 올 상반기에 지난해 대비 대폭 개선된 실적을 내 주목을 받고 있다. 지난달 31일 JB금융지주에 따르면 올해 상반기 당기순익이 1,289억 원을 기록해 전년 대비 69.4% 늘었다. 이는 역대 사상 최대 규모로 2분기 당기순익은 736억원으로 전분기 대비 33.2% 증가했다.

계열사별로 보면 전북은행은 계속된 비 이자수익 증대와 자산건전성 개선 노력에 힘입어 전분기 대비 52.9% 증가한 2분기 259억원, 상반기 총 429억 원을 당기순익을 달성했다.

광주은행도 전 부문에서 고른 성과를 보이면서 14.4% 늘어난 328억 원, 상반기

기 총 615억 원을 시현했다.

JB금융 측은 "광주은행은 최근 저금리 기조에도 불구하고 저원가성예금 증가 등으로 순이자마진(NIM)이 전분기 대비 0.06%p(6bp) 상승한 2.19%를 기록했다"며 "영업이익경비율(CIR) 역시 전분기대비 2.7%p 개선된 53.7%를 나타내 성장 및 수익성뿐만 아니라 경영효율성도 크게 개선됐다"고 설명했다.

비은행 계열사 중 자동차전문은행인 JB우리카페탈은 상반기 당기순익 402억원을 기록했다.

2분기에만 작년 동기 대비 6% 증가한 207억원의 순익을 올려 분기 기준 당기순익으로는 처음으로 200억원 이

상을 돌파했다. 이밖에 JB자산운용 역시 운용자산이 전분기대비 5,000억 원 이상 증가하면서 13억 원(상반기 8억 원)의 순이익을 달성했다.

JB금융지주 관계자는 "올해 실적의 주요 특징은 은행과 캐피탈의 내실 위주의 자산성장과 그에 따른 안정적인 핵심이익 증가세 지속 그리고 비이자 부분의 수익성 개선과 지속적인 경비절감 노력을 통한 판매관리비 최소화에 있다"고 했다.

그러면서 "앞으로도 선제적인 리스크 관리 강화를 통한 안정적인 이익 창출이 계속되도록 만전을 기할 것"이라고 말했다.

/고민형 기자



토종 브랜드 이마트의 SPA '데이즈'

## 글로벌 SPA 울고 이마트 '데이즈' 웃고

패션의류 업계의 주류로 올라서며 고품평을 이어가던 글로벌 SPA 브랜드의 인기가 한 풀 꺾인 가운데 대형마트가 내놓은 SPA 등 토종 브랜드의 약진이 눈길을 끌고 있다.

29일 관련업계에 따르면 지난 2009년 론칭한 신세계그룹 이마트의 SPA '데이즈'는 10년도 채 되지 않아 업계 2위로 단숨에 올라섰다. 2000억원 규모였던 매출은 2014년 1.7배로 커져 3500억원을 돌파했고, 이듬해 4500억원 매출을 달성한 '데이즈'는 올해 무려 5000억원 매출을 목표로 두고 있다.

'데이즈'가 주목할 만한 성과를 내고 있는 배경에는 고객 니즈를 세분화해 상품에 반영시킨 전략이 숨어 있다. 이마트 관계자는 "대량 매입을 통한 가격 경쟁력과 차별화된 소재기획을 통해 품질 경쟁력을 높여 나갈 것"이라며 "2023년 '데이즈' 단일 브랜드로만 매출 1조 달성을 목표로 하고 있다"고 말했다.

더불어 롯데마트 SPA 'TE'의 성

장세도 무섭다. 'TE' 브랜드 매장은 오픈 후 전년 기준 매장 대비 매출이 2~300% 가량 순증하고 있는 추세다. 롯데마트 관계자는 "롯데마트의 1년 PB의류 매출은 약 2500억원 수준이었지만, 'TE' 매장 오픈 후 전체 PB 의류 매출 목표가 연간 3000억원 수준까지 올라갈 것으로 보고 있다"고 말했다.

반면 유니클로를 제외한 글로벌 SPA 브랜드의 성장세는 한 풀 꺾였다. 매출 상위권인 '자라'와 'H&M'도 성장세는 둔화되는 모습이다.

자라리테일코리아의 2014년 매출은 2378억원을 기록, 전년 대비 5% 성장했다. 매년 두자리수 성장을 기록한 뒤 처음 한자리수 성장에 그쳤다. 79억원의 영업손실도 봤다. 한국 진출 6년 만의 첫 영업적자다.

H&M의 한국법인 에이치앤엠헤네스엔모리츠의 영업이익도 2011년 134억원으로 최고치를 기록한 후 2012년 62억원으로 반토막 났다.

/뉴시스

## "여름 휴가때도 제대로 못 쉰다"

### 직장인 10명 중 7명, 휴가중에도 업무연락 받아

휴가 중에 울리는 전화벨 소리가 혹시 회사에서 온 건 아닌지 마음 졸이는 이들이 많다. 실제로 직장인 10명 중 7명은 휴가 때도 마음 편히 쉬지 못하는 것으로 드러났다. 온라인 취업포털 사람인이 직장인 1,073명을 대상으로 '휴가 중 업무연락 받은 경험'을 조사한 결과, 69.7%가 '받아본 적 있다'고 답했다.

기업 형태별로 살펴보면, 대기업이 78.2%로 가장 많았다. 다음으로 중소기업(69.4%), 중견기업(67.4%)의 순으로 응답률이 높았다.

직급별로는 임원급이 95%로 가장 많았으며, 이어 과장급(86.8%), 부장급(81.6%), 대리급(81.4%), 사원급(55.4%)의 순이었다.

연락을 받은 상대로는 단연 '상사' (74.1%, 복수응답)가 1위를 차지했다. 다음으로 '동료' (39.6%), '거래처' (26.2%), '고객' (16.7%), '부

하직원' (16.6%), '유관기관' (7.9%) 등의 응답이 이어졌다.

연락에 대해서는 '무조건 받았다'는 응답이 69.1%였으며, '골라서 받았다'는 답변은 26.7%, '받지 않았다'는 사람은 4.1%였다.

휴가 중임에도 연락을 받은 이유는 '긴급한 일이 생긴 것 같아서' (52.6%, 복수응답)를 첫 번째로 꼽았다. 계속해서 '다른 동료에게 피해야 할 것 같아서' (31%), '당연한 의무라고 생각해서' (30.3%), '복귀 후 추궁 당할 것 같아서' (27.5%), '내가 아니면 처리 못할 것 같아서' (27.1%), '무슨 일인지 궁금해서' (19.8%), '특별히 받지 않을 이유가 없어서' (17.2%) 등으로 조사됐다.

연락이 온 이유 1위는 '업무 관련한 질문을 하기 위해서' (68.5%, 복수응답)였다. 이어, 긴급한 업무를 처리하게 하기 위해서' (53%), '내

담당 업무를 시키기 위해서' (23.7%), '긴급 이슈 발생을 알리기 위해서' (19.8%), '개인적인 부탁을 하기 위해서' (4.7%) 등이 있었다.

이와 같은 업무연락은 업무 처리로 이어지는 비율이 높았다.

실제로 86.8%는 휴가 중에도 직접 업무를 처리한 경험이 있었으며, 45%는 회사에 출근까지 했다고 응답했다. 또한, 전체 응답자의 69.3%는 휴가 중에도 업무를 완전히 잊지 못하고 신경 쓴다고 응답해, 업무와 관련된 연락 여부와 상관없이 휴가 때도 업무를 놓지 못하는 직장인이 많은 것으로 나타났다.

사람인의 임민욱 팀장은 "휴가 중에 충분히 휴식을 취하며 재충전해야 복귀 후에도 업무에 더욱 집중할 수 있는 만큼 휴가지에 대한 연락은 최대한 삼가는 문화가 정착되어야 할 것"이라고 전했다.

/신광영기자

## 건설ENG기업 2분기 체감경기 소폭 반등

건설엔지니어링기업들의 올 2분기 체감경기가 소폭 완화된 것으로 조사됐다. 지난달 29일 한국건설기술연구원이 올해 2분기 건설엔지니어링 75개 기업의 경기실사지수(CEBSI)를 조

사한 결과 지난 분기(79.8) 대비 7.1포인트 상승한 86.9로 나타났다.

이는 해외수주 부진 등 지난 1분기 건설엔지니어링기업의 체감경기 하락에 따른 영향요인이 완화됨과 동

시에 발주량 증가라는 계절적 영향이 반동요인으로 작용한 것으로 해석된다. 설계용역지수(DEBSI)는 11.2포인트 상승한 89.3으로 조사됐다. 건설사업관리용역지수(CMBSI)는 0.5포인트 하락한 82.4로 조사돼 설계용역 분야가 체감경기 상승을 이끄는 요인으로 나타났다.

/뉴시스

## 하림, 영양사학술대회 식품기기전시회 참가

### 무료 시식회 · 홍보책자 배포

닭고기 전문기업 (주)하림(대표이사 이분용)은 "7월 27일부터 28일까지 이틀간 서울 흥동동에 위치한 그랜드 힐튼호텔 컨벤션센터에서 열리는 제23회 전국영양사학술대회 식품기기 전시회에 참가했다"고 밝혔다.

본 전시회는 식품영양전문가인 영양사의 전문성을 높여 국민의 건강증진 및 영양복지 실현에 기여해 국민의 영양과 식생활 관리를 선도하기 위해 마련됐다. 올해는 "Smart 영양사, 건강 백세시대"를 주제로 전국의 영양사 및 영양교사를 비롯해 관련 기관 및 단체관계자 등 약 4,500여 명이 참가했다.

(주)하림은 성장기 어린이들에게 필요한 닭고기의 영양학적 효능을 영양사들에게 널리 전파하기 위해 힘

썼다. 특히 국내 축산물 최초로 사료부터 유통에 이르는 전 과정이 안전관리통합인증(HACCP)을 받은 '자연실록'의 우수성을 알리기 위해 무료 시식회를 열고 홍보책자를 배포하는 등 적극적인 홍보활동을 펼쳤다. 또한 영양사들이 간편하게 조리할 수 있는 양념육 제품인 '하림 춘천식당 갈비'와 '만능다짐육' 등도 선보였다.

(주)하림 마케팅팀 정충선 차장은 "국민건강과 사회복지 증진에 기여하는 영양사들에게 닭고기에 대한 최신 정보와 올바른 기준을 제공하기 위해 해마다 본 전시회에 참가하고 있다"며 "이번 기회를 통해 하림의 차별화된 시스템을 통해 생산된 제품을 시식해 보며 그 우수성을 직접 체험해 보는 시간이 되길 바란다"고 전했다.

/익산=정영원기자

## 전북테크노파크 '해양설비기자재 산업 육성전략 세미나' 개최

전북테크노파크는 지난달 28일, 군산 베스트웨스턴 호텔에서군산대학교 ICT융합조선해양연구원, 새만금조선해양레저협회와 함께 어려움을 겪고 있는 전북의 조선해양산업 돌파구 모색을 위한 '해양설비기자재산업 육성전략 세미나'를 개최했다. 해양설비기자재산업 ICT융합 창조혁신형 기술 고도화 및 사업화를 지원하기 위해 개최된 이 행사에는 해양산업 관련 기업 대표 및 임직원, 관·학·연 관계자 30여명이 참석했다.

세미나는 해양설비기자재산업 기술사업화 지원사업 수혜기업의 제품 전시 및 서울대학교 신종계 교수의 '해양 레저 선박 활성화 전략', 한국에너지기술연구원 김현구 센터장의 '방조제가 풍력발전량에 미치는 영향', 독일 TERRAWATT 클라우스 킴의 '해양풍력 산업 현황 및 미래 전략', 군산대학교 선민영 교수의 '해양풍력 Safety/O&M/Certification 기반 구축 전략' 발표에 이어, 해양레저/마리나, 해상풍력 등 산업별 참여기업 간의 교류 등으로 진행됐다.

전북테크노파크 정책기획단 현대인 단장은 "최근 세계경기침체로 인한 조선해양산업의 어려움을 극복하기 위해서는 세계 최대 시장인 중국과의 교역에 최적인 새만금 지역을 중심으로 다양한 해양 관련 사업을 발굴해 전북 성장의 주춧돌이 되어야 한다"며 "이번 워크숍을 계기로 관련 사업에 대한 전략적 청사진을 모색해 전북의 조선해양관련 산업의 발전을 이룰 수 있기를 바란다"고 전했다.

/신광영기자



## 웅진식품, '가야농장' 비리뉴얼

웅진식품 과채주스 브랜드 '가야농장'의 BI(Brand Identity)를 대대적으로 리뉴얼하고 본격적인 프리미엄 주스 시장 공략에 나선다. 지난달 29일 웅진식품에 따르면 이번 BI 리뉴얼을 통해 가야농장의 브랜드 컨셉을 '좋은 원료로 만든 건강한 주스'로 더욱 강화하고, 프리미엄 과채주스 브랜드로 육성한다는 계획이다.

새롭게 변경된 로고는 가야농장의 진심이 소비자들에게 잘 전달될 수 있도록 '건강한 가야농장'을 형성화 했다.

중앙부에 농부 일러스트를 배치해 건강하고 좋은 야채와 과일을 키우고자 하는 농부를 시각화 했다. 또한 브랜드가 처음 탄생했던 연도인 1991년을 새겨 넣어, 가야농장의 오랜 전통과 노하우를 강조 했다.

/뉴시스

Jeonju Crime Victim Support Center

### 전주지역범죄피해자지원센터는

# "당신이 웃는 내일을 희망합니다"

국번없이  
**1577-1295**

전주지역범죄피해자지원센터에서는 누구에게나 일어날 수 있는 범죄피해의 고통을 상담지원, 법률, 의료, 환경개선 지원 등을 통해 범죄가 있기 전으로 돌아갈 수 있도록 도와드리고 있습니다.

전화상담, 사이버상담, 방문상담, 예약상담 등  
매주 월요일 ~ 금요일 (연말연시와 공휴일 제외)  
상담시간 : 10:00~17:00

**전주지방검찰청**  
**(사)전주지역범죄피해자지원센터**  
**☎ (063) 276-8804, 8828**  
전주시 덕진구 시평로 25(덕진동 1가) 전주지방검찰청 신관 152호  
\*홈페이지 : www.jjvs.or.kr \*전자우편 : jjvs@hanmail.net