

“미접종자는 생필품도 사러 못 가나요”

10일부터 대형마트·백화점도 방역패스 의무화
업체, 인력 증원 대책 부심...설 매출 감소 우려

“쇼핑이냐 잠이냐면 되니까 백화점은 이해가 되는데, 생필품을 사야하는 대형마트까지 규제하는건 이해가 안돼요.”
백신 접종을 1차만 완료한 송 모씨(27)는 다음 주부터 백화점과 대형마트를 출입할 수 없게 된다.
오는 10일부터 백화점과 대형마트도 방역패스(코로나19 백신 접종증명·음성확인제) 도입이 의무화된다. 이번엔 시행되는 방역패스는 10일부터 16일까지의 계도기간을 거쳐, 17일부터는 방역패스 위반 시 이용자에게 과태료가 부과된다. 위반 횟수별 10만원의 과태료가 부과되며 시설 운영자는 1차 위반 시 150만 원, 2차 이상 시 300만 원의 과태

료를 내야 한다. 시설 운영자는 과태료 외에 별도의 행정처분도 받을 수 있다.
송 씨는 “온라인으로 구매하는데도 한계가 있는데 당장 생필품과 식자재 구입이 제일 걱정이다”며 “마트에 갈 때마다 PCR검사를 받을 수도 없고, 당장 2차까지 완료할 수 있는 상황이 아닌데 걱정”이라며 막막한 심정을 감추지 못했다.
6일 유통업계에 따르면 방역패스 도입 의무화에 대한 대책을 마련하기 위해 분주히 움직이고 있다. 기존에는 출입구에 1~2명의 인원을 배치해 QR 체크인 혹은 안심콜을 확인했지만, 백신 접종 여부를 일일이 확인해야하기 때문에 기존 인력 만으로는 부족하다. 이에 대형마트와 백

화점은 추가로 인력을 증원할 계획이다. 방역패스로 백신 접종 여부를 반드시 확인해야 하는 만큼 입장이 지체되지 않도록 하기 위한 조치다. 또한 원활한 관리를 위해 개방하는 매장 출입구 개수를 종전보다 줄이는 방안도 검토하고 있다.
광주지역 백화점과 대형마트는 방역패스 도입 의무화가 차질없이 진행될 것으로 보고 있다. 작년 7월 말부터 방문객 확인 의무화 조치가 시행되면서 QR코드 확인 등이 일상화됐기 때문이다. 하지만 설 명절을 앞둔 시기에 도입돼 우려도 있다.
롯데쇼핑 관계자는 “지나해부터 출입관리를 철저히 해왔기 때문에 큰 어려움은 없을 것으로 예상된다”며 “기존에는 3개 통로와 지하주차장을 통해 출입할 수 있었는데 다음 주부터 정문을 폐쇄하고 2개 통로로 운영할 예정”이라고 밝혔다. 이어 “나이가 많으신 고객층은

QR 체크인이나 안심콜 등 현재의 출입관리 시스템도 어려워하는 분들이 많다. COOV(쿠브) 등 백신 접종을 확인하는 과정에도 어려움이 있을 거라고 예상된다”며 “계도기간을 거쳐 최대한 입장이 지체되지 않도록 대책을 마련할 계획”이라고 밝혔다. 반면 “설 대목을 앞두고 방역패스가 의무화돼 매출 감소에 대한 우려도 있다”고 전했다.
광주신세계 관계자는 “제작년부터 정문을 폐쇄 운영하고 있어 3곳의 통로로 출입할 수 있다. 기존에도 출입관리를 하던 인원이 있기 때문에 큰 차질은 없을 것으로 보인다”며 “백신접종 여부 확인을 위한 아르바이트생을 추가로 고용하고, 식당가는 출입할 때 실시간 체크인과 별개로 중복 체크할 계획”이라고 말했다.
이마트 관계자는 “주말에는 고객들이 몰리기 때문에 입장이 지체돼 불편을 겪

을 수도 있다는 우려가 있다”며 “기존에는 1개 출입구에 1~2명 정도 인력으로 운영됐는데, 계도기간을 거쳐 인력을 증원하는 등 세부안을 마련할 계획”이라고 밝혔다.
일각에서는 실내에서 식당가를 제외하고는 마스크를 벗을 일이 없는데도 생필품을 판매하는 시설까지 방역패스를 적용하는 것은 무리한 조치라는 의견도 나온다.
천식으로 부작용이 우려돼 백신을 접종하지 못한 이 모씨(31)는 “밖에서 ‘흔밥’을 한 번도 해본 적이 없는데 이번 방역조치 강화로 배달·포장만 이용할 수 있어 불편함이 많았다”며 “이제는 대형마트까지 출입할 수 없게 됐다. 온라인으로 모든 걸 해결하려니 불편한 점이 많아 부작용을 감수하고 백신을 맞아야하냐고 고민이 많다”며 한숨을 쉬었다.
/김혜린 기자



광주경총, 오늘 금요일조찬포럼

광주경영자총협회는 7일 오전 7시 광주과학기술진흥원에서 신년 특별강연을 시작으로 금요일조찬포럼을 개최한다고 6일 밝혔다.
신년 첫 포럼은 박광태 광주글로벌모터스(GGM) 대표이사를 초청해 ‘상생의 일터! 광주글로벌모터스’를 주제로 GGM의 설립과 신차 출시과정 및 향후 비전 등에 대해 강연할 예정이다.
오는 14일에는 정성택 전남대 총장이 ‘광주·전남 청년의 미래’, 21일에는 조동성 산업정책연구원 이사장이 ‘AI가 인간에게 준다’, 28일에는 천진기 전 국립민속박물관장이 ‘운영을 읽는 코드, 열두동물’을 주제로 강연을 펼친다.
/황애란 기자

경진원, 양동시장 핵심포도 모집

(재)광주경제고용진흥원은 양동전통시장 테마음식 핵심포도 추진사업 사업자를 오는 28일까지 모집한다고 6일 밝혔다.

핵심포도 사업은 양동전통시장 상권르네상스 사업 일환으로 시장 내 비어있는 점포를 활용, 시장을 대표하는 특화음식 개발과 대표 먹거리 상가 육성을 추진한다. 이를 위해 광주경제고용진흥원과 광주 서구청은 2019년 9월 양동전통시장 상권 활성화를 업무협약을 체결했다.
신청은 외식장업을 준비하는 예비창업자 누구나 가능하며 방문 또는 이메일로 접수하면 된다.
선정 팀에게는 전문 컨설팅 외에도 점포 임대료, 안전보장 및 간판 도색 등 인테리어 비용, 온·오프라인을 활용한 점포 홍보비용 등 최대 4,000만원을 지원한다. /황애란 기자

반려견 월 양육비 14만9,700원

반려동물을 기르는 경우 반려견은 평균 1.19마리, 반려묘는 1.46마리를 양육하는 것으로 조사됐다. 월평균 양육비는 반려견 14만9,700원, 반려묘 12만5,700원 정도였다.
농림축산식품부는 6일 이런 내용의 ‘2021년 동물보호에 대한 국민의식조사’ 결과를 발표했다.
조사는 지난해 9월 16일~10월 8일 전국 20~64세 성인 5,000명을 대상으로 한 것으로, 이 중 반려동물 양육자는 1,296명이다.
반려동물 양육자의 경우 평균 양육 마릿수는 2.83마리이며 종류별로는 물고기가 16.65마리로 가장 많았다. 이어 반려견 1.19마리, 반려묘 1.46마리, 햄스터 1.24마리 등이다.
반려동물 한 마리당 월평균 양육비는 12만 3,500원이다. 반려견은 14만9,700원, 반려묘는 12만5,700원이며 이 중 병역비는 반려견은 평균 4만2,500원, 반려묘는 4만1,500원이다.

“보이스피싱 등 금융사고 예방 앞장”

김태성 금융감독원 광주전남지원장 취임

신임 금융감독원 광주전남지원장인 김태성 전 기업공시국장이 취임했다.
김 지원장은 “신속하고 공정한 민원서비스를 제공하는 한편, 보이스피싱 피해 예방 활동 강화 등 지역민들의 반복되는 금융사고를 미연에 방지하기 위해 사전 예방적 금융소비자 보호에 힘쓰겠다”고 취임 소감을 밝혔다.
또 “지역민들이 새로운 금융환경에 적응할 수 있도록 유익한 금융정보 제공과 함께 지역 밀착형 금융교육도 활성화할 계획이다”며 “관계기관 등과 긴밀한 협력을 통해 코로나 위기를 극복해 지역 금



융안정에 기여하겠다”고 강조했다.
김 지원장은 전북 출신으로 전일고, 전북대 경영학과를 졸업했다.
이후 1992년 증권감독원에 입사한 뒤 금융감독원 통합 이후 인적자원개발실 실장, 기업공시국 국장 등 주요 보직을 거쳤다.
/황애란 기자



보혜양조는 최근 아름다운 가게 광주점단점 18주년을 기념해 물품기부 봉사활동에 동참했다. /보혜양조 제공

보혜양조, 아름다운 가게와 나눔활동

임직원, 의류·유리컵 등 물품 1만5천점 기부

보혜양조가 기부문화 확산과 아름다운 가게 점단점 설립 18주년을 축하하고자 최근 물품 기부에 나섰다. 보혜 임직원들은 지난 12월 13일부터 17일까지 보혜양조 장성공장, 광주지점을 비롯해 전국에 근무중인 임직원들로부터 의류와 도서, 청소기와 토스터기 등 총 1만

5,357개의 물품을 모았다. 모인 물품들은 아름다운 가게 점단점 창립 기념일인 12월 29일 일반 시민 등에게 판매됐다.
보혜양조와 아름다운 가게는 판매수익금으로 비누나 치약 등 생필품을 마련해 광주지역에 거주중인 어려운 이웃들에게 1월 중 전달할 계획이다.

지난 2003년 12월 문을 연 아름다운 가게 광주점단점은 수도권을 제외한 지역에서 설립된 첫 매장으로 그동안 나눔과 순환의 정신을 확산시키는 데 앞장서고 있다.
보혜양조 관계자는 “코로나 때문에 더욱 힘든 시기를 보내는 분들을 돕고자 보혜양조가 아름다운 가게와 같이 기부에 나서게 됐다”며 “이번 기부를 통해 회사는 물론 임직원 개개인이 기부에 관심을 갖고 동참해줄 것으로 기대한다”고 말했다.
/이연수 기자

현대차, ‘디어 마이 히어로’ 영상 조회수 1천만 회

현대자동차그룹이 수소청소트럭을 통해 우리 이웃들의 삶을 개선시키는 과정을 담은 기술 캠페인 ‘디어 마이 히어로’ 영상이 조회수 1,000만 회를 돌파했다고 6일 밝혔다.
현대차그룹 한국어와 영어 유튜브 채널을 통해 공개한 ‘디어 마이 히어로’ 영상은 깨끗한 도시를 가꾸는 주인공인 환경미화원이 기존의 내연기관 청소트럭과 일하면서 겪는 업무의 고충을 보여준 뒤, 이웃들의 삶에 도움을 주는 과정을 통해 수소 상용 모델러리의 사회적 선한 활용에 대한 메시지를 담았다.
현대차그룹 유튜브 채널에는 공개 일

주일 만인 이날 오전 8시 기준 1,159만(한국어 743만·영어 416만) 조회 수를 기록했다. 유튜브를 포함한 전체 SNS 채널에서 총 1,776만 회가 넘는 조회수와 약 10만 건의 긍정 반응(좋아요, 댓글, 공유)을 기록 중이다.
특히 1980년대 초반부터 2000년대 초반에 출생한 2030세대에게는 제품 구매 시에도 환경과 사회에 대한 영향을 중요하게 고려하는 등 착한 소비를 주도하고 있어 기술의 사회적 활용에 대한 캠페인 등의 높은 호응을 얻고 있는 것으로 나타났다.
/황애란 기자

사람과 환경을 생각하는 기업

[의료기관 세탁물 전문처리 기업!!]

호남 최대 최첨단 세탁시설 완비, 장애인 표준사업장 인증으로 철저한 품질관리, 효율적인 관리로 의료서비스를 한 단계 업그레이드하여 호남 지역을 대표하는 세탁 전문 시스템을 갖추어 친환경 세탁 문화를 위해 연구와 노력이 최선을 다하겠습니다.

배치(연속) 세탁기

다림시설

운반카트 고온소독 살균

(주)백양산업 전라남도 장성군 황룡면 신기길 93 T. (061)392-7900