

중소기업 적합업종 선정 마찰 지속

막걸리 · 레미콘 · 유리용기 계속 저항 ... 철수 대상으로 효과도 미미

동반성장위원회가 중소기업 적합업종·품목 선정에 박차를 가하고 있는 가운데 대기업들이 일부 사업을 접거나 철수를 검토하고 나서 주목된다.

다만, 전체 매출에서 차지하는 비중이 극히 미미하거나 이익이 별로 남지 않아 평소에도 철수를 고려하던 업종이나 품목 위주여서 동반성장 효과를 기대하기는 어렵다는 비난이 제기되고 있다.

특히, 두부를 비롯해 장류, 막걸리 등 대기업들이 각축을 벌이고 있는 분야에서는 이해관계가 첨예하게 대립하며 결론 도출을 둘러싸고 진통이 지속되고 있다.

LG생활건강은 고형 세탁비누 사업을 포기하기로 했다.

동반성장 차원에서 사업을 계속하는 것이 부적절하다는 동반성장위원회의 뜻을 존중한 것으로, LG생활건강은 매출이 2조원에 달하지만 고형 세탁비누 매출은 15억원에 불과했다.

아워홈도 순대와 청국장을 중소기업 적합품목으로 선정하면 포기 여부를 검토하기로 했는데, 순대와 청국장이 아워홈 매출에서 차지하는 비중도 1%에 미치지 못하고 있다.

현대모비스는 7월 현대자동차와 기아자동차의 선팅 무상쿠폰 위탁 사업을 2012년 4월 철수하기로 했다. 현대모비스는 2011년 말까지 신규 위탁사업자를 정해 관련업무를 이관할 계획이다.

하지만, 두부 및 장류는 접점을 찾지 못해 진통을 겪고 있는 것으로 알려졌다.

동반성장위원회가 9월21일 처음으로 CJ제일제당, 풀무원 관계자들을 불러 조정협의를 나섰지만 결론을 내지 못하고 있다.

막걸리도 전량 수출하는 진로, 롯데 및 유통만 하는 CJ는 문제가 되지 않는 분위기이나 최근 참살이탁주를 인수한 오리온은 집중적으로 논의 대상에 오르면서 촉각을 세우고 있는 것으로 알려졌다.

하지만, 참살이탁주 관계자는 “참살이탁주는 조합이 시작했고, 오리온에서 지원을 받는 것도 없을 뿐만 아니라 매출이 20억원밖에 되지 않는다”고 말하고 덩치가 훨씬 큰 서울탁주 등은 이름만 중소기업일 뿐이라며 불만을 표시하고 있다.

동양, 아주, 유진 등 레미콘 대기업들도 적합품목 선정은 있을 수 없는 일이라며 자발적으로 사업을 포기할 생각이 없다고 밝히고 있다.

레미콘 사업은 지역별로 사업장이 흩어져 있어 대기업이 특별히 유리할 것도 없는 분야라면서 지나친 규제라고 비난하고 있다.

내비게이션, 주방용 유리용기 등도 현대모비스, 삼광유리 등 이해 관련기업들을 중심으로 중소기업 적합업종에 포함해서는 곤란하다며 저항하고 있다.

동반성장위원회는 현재 중소기업 적합업종·품목 선정 신청이 들어온 218개 중 45개에 대해 대-중소기업 협의체를 꾸려 합의를 시도하고 있다.

해당품목에는 막걸리, 톳, 순대, 청국장 등 식품류, 재생타이어, 내비게이션, 밸브, 두부, 고추장, 된장, 데스크톱PC, 금형, 레미콘, 주방용 유리용기 등이 포함돼 있는 것으로 알려졌다.

동반성장위원회는 양쪽 협의체 합의를 토대로 9월27일 실무위원회를 열어 적합업종 선정결과를 발표할 예정이다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재 · 재배포 금지>

<화학저널 2011/09/21>