

티메프 여파에 소비심리 한파 이쿠폰 위축, 거래액도 ‘둔화’

통계청, 5월 온라인쇼핑동향

온라인쇼핑 증가율 0%대 머물러
음식·농축산물 선방, 소비 이중화
전문몰 상승… 종합몰 거래 뒷걸음

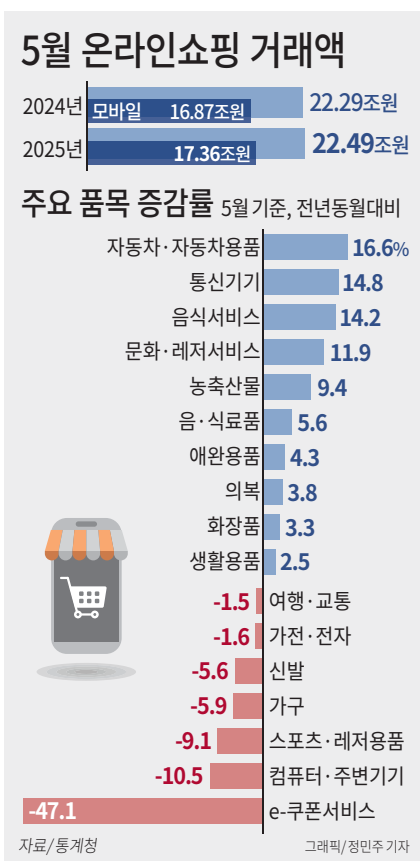
온라인쇼핑 거래액 증가세가 둔화하며 올해 5월 이 부문 성장률이 역대 가장 낮은 수준에 머물렀다. 이는 티몬·위메프 사태 이후 이쿠폰 이용이 위축된 영향으로 풀이된다.

통계청이 1일 발표한 ‘2025년 5월 온라인쇼핑 동향’에 따르면 5월 거래액은 22조4890억 원으로, 1년 전 같은 달과 비교해 0.9% 늘어나는 데 그쳤다.

2017년 관련 통계 작성이 시작된 이후 증가율이 처음으로 1% 선을 밑돌았다. 전달인 4월 수치는 전년동월 대비로 +2.8%였다.

이쿠폰서비스(-47.1%·5143억 원)가 1년 전보다 절반 가까이 줄어든 영향이 컸다. 최창윤 통계청 서비스업동향과장은 “지난해 티메프 사태 이후 이쿠폰서비스 감소가 40~50%대로 계속 이어지다 보니 전체 온라인쇼핑 거래액 증가 폭이 둔화하고 있다”라고 설명했다.

전체 소매판매액 중 온라인쇼핑 거래액 비중은 27.7%로 전년(27.2%)보다 소폭 늘었다. 상품군별로는 음식서비스(+14.2%), 음·식료품(+5.6%), 농축수산물(+9.4%) 등의 거래액이 증가를 이끌었다.



배달플랫폼 사용 증가와 더불어 온라인장보기가 강세를 이어가면서 음식료품과 농축수산물의 거래가 증가세를 주도하는 모습이다.

특히 음식서비스 거래액은 3조4413억 원으로 전체 온라인쇼핑의 15.3%를 차지했다. 이어 음·식료품(3조865억 원) 13.7%, 여행 및 교통서비스(2조8193억 원) 12.5% 순으로 구성비가 높았다.

반면 이쿠폰서비스 거래액(5143억 원)은 전년대비 47.1% 감소하며 부진을 지속했다. 지난해 중순부터 이어진 티메프 정산 지연 사태로 인한 여파가 이어진 것으로 풀이된다. 이 밖에 컴퓨터 및 주변기기(-10.5%), 스포츠·레저용품(-9.1%) 등에서도 줄었다.

모바일쇼핑 거래액은 17조3600억 원으로 전년대비 2.9%(4915억 원) 늘었다. 전체 온라인쇼핑 중 모바일 비중은 77.2%로, 지난해 같은 기간(75.7%) 대비 1.5%포인트(p) 커졌다.

모바일 비중은 음식서비스(98.9%), 이쿠폰서비스(90.5%), 아동·유아용품(82.7%) 등에서 높았다.

통계청 관계자는 “배달 플랫폼 간 경쟁적 마케팅, 공공배달앱 신규 진입 등으로 음식서비스는 계속 증가하는 추세”라며 “농축수산물의 온라인 할인 지원 등으로 신선식품 시장도 확대되고 있다”고 설명했다.

취급상품 범위별로는 종합몰 거래액이 12조3815억 원으로 전년대비 4.6% 감소했다. 이에 반해, 특정 품목을 중심으로 한 전문몰 거래액은 10조1054억 원으로 8.5% 늘면서 증가세를 이끌었다.

한편 온라인쇼핑 전체에서 온·오프라인 병행몰의 거래액은 5조518억 원으로 0.4% 줄었다. 순수 온라인몰은 17조4352억 원으로 1.3% 늘었다.

/세종=김연세 기자 kys@metroseoul.co.kr

한전 홈페이지, ‘고객 중심’ 새단장 오픈

모바일 최적화·통합ID 등 도입

한국전력은 고객 중심의 디지털 서비스 강화를 위해 홈페이지(www.kep.co.co.kr)를 전면 개편하고 1일 오픈했다고 밝혔다.

이번 리뉴얼은 10년 만에 단행한 전면 재구축으로 사용자 경험을 최우선 고려해 모바일기기로도 누구나 쉽고 편리하게 이용할 수 있도록 직관적인 인터페이스로 설계됐다.

또 한전의 다양한 에너지 사업에 대한 정보를 체계적으로 전달해 전력 서비스에 대한 이해를 높이는 데 초점을 뒀고, 글로벌 이용자를 위한 영문 콘텐츠 대폭 확대, 시각장애인을 위한 전자점자 기능 도입 등 접근성을 높였다.

또 통합ID 시스템을 구축해 고객이 하나의 회원번호(ID)로 홈페이지뿐만 아니라 한전ON, 에너지마켓플레이스

등 한전의 모든 디지털 서비스를 통합 이용할 수 있고, 다양한 로그인 간편인증을 도입했다.

박종운 한전 ICT기획처장은 “이번 홈페이지 리뉴얼은 누구나 쉽고 편리하게 이용할 수 있도록 사용자 중심으로 설계했고, 역동적이고 개방적인 디자인을 적용해 ‘Global Energy & Solution Leader’로서의 이미지를 한층 강화했다”고 밝혔다.

한전은 이번 홈페이지 개편을 시작으로 개인별 맞춤 정보를 제공하고, 최신 신기술·신사업 정보를 신속하게 업데이트해 내실있는 디지털 서비스를 지속 강화해 나갈 계획이다.

한편, 홈페이지 리뉴얼 오픈을 기념해 고객 참여형 이벤트도 진행한다. 방문 고객을 대상으로 만족도 조사, 퀴즈, SNS 공유 이벤트를 시행해 추첨을 통해 커피 쿠폰을 제공한다.

/세종=한용수 기자

한수원, 더 안전한 원전연료 첫 장전

국산 사고저항성핵연료 적용

한국수력원자력이 1일 한울3발전소에서 황주호 사장과 유관기관 경영진이 참석한 가운데 사고저항성핵연료 시범집합체 장전 기념행사를 개최했다고 밝혔다. 사고저항성핵연료 시범집합체가 원전에 장전된 것은 이번이 국내 최초다.

사고저항성핵연료는 기존 핵연료보다 안전성을 높인 것이 특징으로, 크롬(Cr) 코팅 피복관과 성능을 개선한 소결체(LAS-Doped UO2 pellet)로 구성돼 있어 유사시 원전의 안전여유도를 확보할 수 있다.

한수원은 한전원자력연료(주)와 함께 2017년 산업통상자원부 원자력 핵심기술사업의 하나로 사고저항성핵연료 개발에 착수했으며, 2022년 기술개발을 성공적으로 완료했다. 이후 2024년 5월 새울2호기에서 ‘시범연료봉’의 연소시험에 착수했으며, 지난달부터는 ‘시범집합체’ 4다발을 한울6호기에 장전하고 현재 연소시험을 하고 있다.

앞서 EU는 원전을 그린 택소노미(Green Taxonomy)에 포함하면서 사고저항성핵연료 사용 등을 조건으로 내건



황주호 한수원 사장이 1일 한울3발전소에서 ‘한울6호기 사고저항성핵연료 시범장전 기념사’를 하고 있다.

/한수원

바 있으며, 한국형 녹색분류체계 역시 유사한 내용을 포함하고 있다. 이에 이번 사고저항성핵연료 개발은 원전의 녹색에너지 적용 요건을 준수함으로써 탄소중립 달성에 원전이 활용될 수 있는 길을 여는 것은 물론, 해외 시장 진출에도 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

한수원은 2029까지 연소시험을 진행할 예정이며, 조사후 시험 및 인허가를 취득해 상용화를 완료한다는 계획이다.

황주호 한수원 사장은 “국내 고유 기술로 개발된 사고저항성핵연료는 원전의 안전성 향상 및 원전 수출의 기반이 될 예정”이라며, “앞으로도 원전 안전성을 높일 수 있는 기술 개발에 힘쓰겠다”라고 말했다.

/세종=한용수 기자

환불 거부 반복한 쇼핑몰 사업자, 검찰 고발

공정위, 청약철회 방해 쇼핑몰 제재 해핑 등 2곳 영업정지·과태료 부과

인터넷쇼핑몰을 운영하며 상습적으로 환불을 거부하거나 방해한 혐의를 받는 사업자가 검찰 조사를 받게 됐다. 이 사업자는 전자상거래법을 반복 위반하다 공정거래위원회로부터 시정명령을 받았음에도, 상호를 바꿔 위법행위를 지속한 것으로 드러났다.

공정위는 1일 티움커뮤니케이션과 해핑 등 인터넷쇼핑몰 사업자가 소비자의 청약철회를 방해하거나 환불을 지연·거부한 사실을 적발하고, 이 가운데 시정명령을 불이행한 (주)티움커뮤니케이션과 실질적 운영자 조 모 씨를 검찰에 고발했다고 밝혔다.

조 씨는 상품 배송지연을 이유로 청약철회를 요구한 소비자 100여명에게 대금을 환불하지 않거나, “24시간 이내 환불 접수” 등 부당한 조건을 내걸어 법이 보장한 청약철회 권리를 침해한 것으로 조사됐다.

특히 조 씨는 (주)티움커뮤니케이션 명의로 공정위 제재를 받아, ‘티움커뮤니케이션’ 또는 ‘대박’이라는 상호로 다시 개인사업자를 등록해 같은 위법행위를 반복한 사실도 확인됐다.

공정위에 따르면, 티움커뮤니케이션은 ‘썬다구마켓(wowssa.co.kr)’,



공정거래위원회는 1일 대금반환지급명령·영업정지 명령 등을 이행하지 않은 티움커뮤니케이션과 조모씨를 검찰에 고발했다고 밝혔다. 사진은 조씨가 운영중인 프리미엄마켓 홈페이지 캡처.

/뉴스이

‘프리미엄마켓(prm.pe.kr)’, ‘다있다몰(da001.co.kr)’ 등을 통해 의류 등을 판매하면서, 배송 지연 등으로 인한 소비자의 환불 요청을 묵살하거나 마일리지로만 환불하겠다고 고지했다.

또 ‘불량제품만 반품 가능’, ‘반품은 수령 후 24시간 내 접수’ 등의 문구를 명시해, 법이 정한 ‘배송 후 7일 이내 청약철회 가능’ 규정을 위반한 것으로 드러났다. 이는 거짓 정보를 통해 소비자 권리를 침해한 행위로, 전자상거래법 제21조에 저촉된다.

같은 방식으로 소비자 권리를 방해한 해핑(대표 조재오)도 운영 중인 ‘에스몰(small.pe.kr)’에서 반품을 사실상 불가능하게 만든 사실이 확인됐다.

공정위는 해당업체들에 행위중지명령, 대금지급명령, 영업정지명령(티움

커뮤니케이션 135일, 해핑 90일), 수명 사실의 공표명령(8일), 과태료 500만원씩 총 1000만원을 부과했다.

특히 (주)티움커뮤니케이션은 작년 6월 공정위로부터 시정명령을 받고도 환불요청 105건을 이행하지 않은 것으로 드러나, 실질적 운영자인 조모씨와 함께 검찰 고발 조치를 받았다.

공정위 관계자는 “이번 조치는 오랜 기간 서울과 인천 등지에서 소비자들에게 재산상 피해를 야기하고, 합리적인 이유 없이 전자상거래법에서 보장하는 청약 철회권을 무력화하는 악의적인 행위에 대해 강력하게 제재함으로써 통신판매업자의 책임성과 경각심을 높였다는 데 의의가 있다”고 밝혔다.

/세종=한용수 기자 hys@

한국잡월드, 체험형 진로교육 콘텐츠 개발

플레이큐리오와 XR·IP 활용 협력

국내 최대 종합직업체험관 한국잡월드는 (주)플레이큐리오와 어린이대상 체험 콘텐츠의 공동개발 및 확산을 위한 업무협약을 체결했다고 1일 밝혔다.

기관은 이번 협약을 통해 어린이 콘텐츠 공동 개발 및 보급, 전시 체험형 콘텐츠 전시 및 홍보, 정부 사업 공동 참여 등을 추진한다. 또한, 한국잡월드 체험관과 온라인 채널을 활용해 어린이 문화 행사와 교육 프로그램을 운영할 계획이다.

플레이큐리오는 EBS와 공동 제작한 애니메이션 ‘명탐정 피트’ 등 다수의 자체 지적재산권(IP)을 보유한 콘텐츠 기업으로, 아날로그 교구와 확장현실(XR) 기술을 결합한 아동 실감형 학습 콘텐츠를 제공하고 있다. 이번 협약으로 오프라인 체험관과 디지털 콘텐츠 간 연계를 통해 어린이 진로 교육의 다양성과 품질을 높일 방침이다.

이병균 한국잡월드 이사장은 “디지털 시대에 맞는 콘텐츠를 통해 어린이 진로 체험의 폭을 넓히고, 창의 인재 양성을 위한 다양한 시도를 이어가겠다”고 밝혔다.

/세종=한용수 기자