



삼바·셀트리온, '인천 사회의 역할론 미미해' 원성

인천경제자유구역에 자리를 잡은 삼성바이오로직스와 셀트리온은 거대 부지를 선점해 혜택을 입고도 인천 발전의 기여도는 미약해 인천시민들의 기업 이미지는 매우 부정적이다.

실제 기업들은 확장되고 있고, 피부로 달지 않은 사회적 기여도와 달리 기업은 가진 혜택을 입고도 인천 발전을 위해 대기업 역할이 시원찮아 시민들의 비판은 끊이지 않고 있다.

이런 상황이라면 다른 기업도 거대기업 유치라고 해도 닳은꼴 기업 운영으로 갈 우려감과 대기업들은 적극적인 자세로 인천 발전을 위해 나서라고 시민들의 요구가 거세다.

삼바는 매년 영업 성장의 내용을 보도자료로 통해 배포하고 있다. 이는 주가에도 영향을 주어 기업의 가치를 높이는 일이지만 인천시민들에게 준 혜택은 눈에 잘 보이지 않는다.

삼성바이오로직스의 임대 혜택 논란은 지난 2017년부터 문제가 제기됐다. 외국인투자촉진법의 허점이 지적됐다. 당시 삼바 측은 투자와 관련 경제 불확실성을 제기한 바 있다.

삼바바이오로직스와 인천광역시 지난 2011년 송도 공장부지에 대해 50년 무상토지임대계약을 맺었다. 몇 년 후 시가총액 26조 원대에 시 약 10년이란 세월이 흘렀다.

당시 주가는 40만 원대였지만 이

제는 70만 원대로 삼바는 급성장했다. 최근 시가총액도 50조 원을 조금 못 미치는 기업을 토했다. 10년이 넘는 기간에 2배 가까운 성장세다.

이런 성장도 인천시가 기대했던 다양한 경제효과 예상과는 달리 첨단산업 지역민 일자리 창출 등 기대 이하란 소리와 대기업이 단물만 빨고 있다고 인천인들의 불만은 크다.

특히 외국인투자촉진법의 허점 때문에 사실상 무늬만 외국인투자기업으로 삼성바이오로직스가 엄청난 혜택은 2011년 인천광역시 송도에서 8만3000평 규모의 부지를 받아 성장했다.

공장 설립부터 50년간 토지무상 사용권 임대차계약을 체결한 바 있다. 이제 상황이 더 달라진 만큼 지역 기업의 투자와 사회적 환원의 측면에서도 더 늘리라는 인천시민의 주문이다.

설립 초 금감원 전자공시에 따르면, 삼성바이오로직스는 토지사용과 관련해 인천광역시와 임대차계약 체결과정에서 시 임대료 감면 요건을 충족해 임대료를 전액 면제를 받았다.

최초 임대 기간은 2011년 4월 28일로부터 20년간으로 300억 원가량

이득과 50년 지속 계약 시 얻을 수 있는 임대료 혜택은 1000억 원에 달한다는 혜택도 잘 알려져 있다.

인천시민들은 거대해진 삼바를 두고 은혜를 받았으면, 갚는 것이 대기업의 사회적 공헌도라고 한다. 이런 일침은 인천에 대한 보은이고 덕목은 인지상정이라고 한다.

그다음으로 셀트리온 특혜의혹인데 대기업이지만 중견으로 분류해 86억을 더 줬다는 논란도 불거졌다. 정부 지원금도 520억 원을 받았다는 것, 2021년 타사와 비교되어 논란을 불렀다.

정부의 신종 코로나19 감염증 치료제 임상지원(연구·개발) 사업 연구비 상당액이 셀트리온에 집중됐던 것으로 나타난 것과 공모과정에서 선정된 제약사보다 월등지원 사실도 잘 알려졌다.

셀트리온은 타사와 많게는 460억 원가량 차이 난다. 이 과정에서 일부 사업에선 규정보다 더 많이 지원되는 등 특혜의혹까지 불거지면서 시선을 끄지 않았다. 지원금 자체가 혈세다.

인천 송도국제도시 바이오단지 용지 공급 대상자 선정을 위한 인천

경제정의 매각 공고를 둘러싸고 '특혜설'에 휩싸인 셀트리온이 인천 사회 공헌엔 지나치게 인색하다는 비판도 있었다.

송도부지 조성원가도 훨씬 낮은 가격에 입주하도록 한 인천시의 특혜로 성장한 셀트리온이 인천의 어려운 이웃을 돌아보지 않는다고 원성이 컸다. 인색했다는 것이 시민들의 생각이다.

인천을 기반으로 한 후원 기금 모금기관들 사이에서도 셀트리온은 나쁜 이미지가 깊이 박혀 있다고 언론 등에서 조명했다. 인색함이 정평이 난 것은 뒤돌아보아야 할 문제라고 지적했다.

셀트리온은 인천 송도국제도시에 자리 잡은 과정에서 부지를 조성원가 이하의 가격으로 공급받았다. 인천시 공유재산관리 조례에 따라 조성원가의 25~50% 수준으로 공급 받은 것이다.

인천이 셀트리온 성장을 위한 인큐베이터 역할을 했다는 평가가 나오는 이유다. '셀트리온이 인천에서 출발해 세계적 회사'가 된 것은 인천시의 적극적인 도움이 있어서 성장이 됐다.

셀트리온 관계자는 "기본적으로 복지재단을 통해서 사회 공헌활동을 하고, 남모르게 공헌 사업을 많이 한다"며 "약덕 기업도 아니고, 당당하게 사업을 하는 기업"이라고 말한 바 있다.

이런 반론은 셀트리온에서 나왔지만, 삼바나 다 마찬가지다. 약덕 기업으로 따지자는 것도 아니고 당당하게 사업을 하지 않는다는 것도 아니다. 인천의 도움을 받은 부분에 있어서다.

양사는 기업의 가치가 높아진 만큼 책임감이다. 그리고 선한 영향력은 더불어 살자는 뜻이다. 기업이 양사처럼 활동한다면 기업의 발전은 있겠지만 지역에서 기업의 소용 가치가 상실된다는 뜻이다.

삼바와 셀트리온이 역할을 제대로 못 했다는 평판은 인천에서 괜히 나온 말이 아니다. 존경을 받으려면 그만한 기업 가치를 만들어낼 때 기업 평판이 함께 상승한다는 지적은 되새길질 할 대목이다.

인천에 선제적으로 안착해 승승장구한 두 기업은 타의 모범이 될 필요가 있었다. 인천에서 돈만 벌려면 시민들의 저항과 기업의 가치를 스스로 하락시키는 결과로 사랑을 받으려면 보은해야 한다.

/김양훈 위원 /최재윤 기자

인천시립박물관 사라져가는 섬 문화 기록 앞장

인천시, 신시모도 섬마을 박물관 개관식 개최

인천광역시 시립박물관은 웅진군 북도면 시도분교 터에 신시모도 섬마을박물관을 조성하고 오는 15일 개관식을 개최한다고 밝혔다.

한편, 신시모도 섬마을박물관은 인천 섬 조사 연구를 통해 해양문화유산을 보존하고 기록해서 사라져가는 섬 생활문화를 기억하고자 조성됐다.

웅진군·인천문화재단·시립박물관이 지난 2021년 12월에 체결한 '섬 조사·연구 및 섬마을박물관 조성(운영)에 관한 협약'에 근거해 조성한 첫 번째 섬마을 박물관이다.

웅진군은 섬 조사 연구를 위한 행정지원과 섬마을 박물관 운영 및 시설 확보를 담당하고, 인천문화재단은 섬 조사 연구를 바탕으로 보고서 발간, 시립박물관은 섬마을 박물관 조성을 위한 전시 기획 등으로 업무를 분담해 진행했다.



박물관 전시는 크게 2부로 구성돼 있다. 1부 '살아가다'에서는 땅을 일구고, 바다와 더불어 살아온 신도, 시도, 모도의 이야기를 담았다. 이어 2부 '기억하다'에서는 지금은 사라져 버린 시도해수욕장, 북도양조장, 학교 등에 관한 이야기를 소개하고 있다.

이와 관련, 전시의 시작과 끝은 주민이 제공한 하머리 선착장 사진을 비롯해 섬 생활상을 반영한 다양한 사진으로 꾸며져 있다.

손장원 인천시 시립박물관장은 "빠르게 사라지고 있는 도서 지역의 역사, 민속, 생활문화를 기록하고 남기는 일은 매우 시급한 문제"라고 밝혔다. /문미순 기자

인천시, 도시브랜드 광고 공개...'최초·최고의 인천'

세계 초일류 도시로 도약하고 있는 인천시가 인천의 비전과 의지를 담은 도시브랜드 TV광고를 공개되어 홍보에 관심이 끌리고 있다.

인천광역시는 대한민국 최초로 넘어 세계 최고의 도시로 도약하기 위한 포부를 담은 도시브랜드 영상을 12월 14일부터 지상파·종편·케이블TV·유튜브 등을 통해 송출한다고 밝혔다.

이번 영상은 개항을 시작했던 도시에서 글로벌 비즈니스 허브로 변화하고 있는 모습과 함께 새로운 문화를 들여오던 곳에서, 세계의 문화를 주도하는 도시로 변모하는 모습 등 최초로 넘어 최고가 되는, 세계 10대 도시라는 비전을 품고 미래를 향해 나아가는 인천의 이야기를 담고 있다.

영상 속에서는 '최초'의 타이틀을 자랑하는 인천의 다양한 명소들이 등장한다. 대한민국 최초의 외국인 사교클럽인 '제물포 구락부'와 우리 선조들의 개척자적 정신을 엿볼 수 있는 공간이자 한국 최초의 정식 이민이 시작된 공간인 '개항장'이다.

그리고 최초의 서양식 호텔이자 국내 최초로 커피 판매가 시작된 '대



인천시, 도시브랜드 광고 [사진 제공=인천시]

불호텔'도 영상을 통해 확인할 수 있다. 한옥과 서양 건축양식이 결합된 최초의 한옥 성당인 '강화성당'도 확인할 수 있다.

이와 함께 인천시는 이번 영상에 세계 최대 바이오의약품 생산능력을 갖춘 K바이오 혁신도시인 △송도 바이오클러스터와 첨단 도심항공교통(UAM)중심의 미래의 인천을 그리는 등 최고의 도시로 거듭나는 인천의 다짐을 담았다.

이 외에도 영상 속에서는 인천의 넘치는 젊음을 느낄 수 있는 △부평 문화의 거리와 △펜타포트 음악축제 △청정한 자연을 자랑하는 무의도 실미해변 △인천 대표 관광지로 손

꼽히는 차이나타운도 등장해 매력 넘치는 도시 인천을 형상화했다.

이세웅 인천시 도시브랜드담당관은 "1883년 개항의 역사를 시작으로 올해 재외동포청을 유치하는 등 인천은 단 한 순간도 쉬지 않고 변화하고 있다"며 "세계 10대 도시로 도약을 준비하는 인천의 이야기를 담은 이번 영상을 함께 즐겨주시기 바란다"라고 말했다.

한편, 시는 지난 2017년부터 시민들의 공감과 기대를 이끌어 내는 도시브랜드 영상을 제작하고 송출하는 등 인천이 나아가고자 하는 방향을 시민들에게 소개하며 소통하기 위해 노력하고 있다. /최재윤 기자