

초심·진정성 내세운 삼성물산, '한남4구역 재개발' 수주

부동산 현장 르포

'한남4구역' 시공사 투표

현장에 1000명 넘는 인파 몰려 삼성물산 호명에 조합원 환호성 투표 결과 675대 335, 2배 차이 '래미안글로우힐즈한남' 기대감

'675대 335'. 투표 결과가 발표되자 여기저기서 탄성이 쏟아졌다. 예상을 뛰어넘는 표 차이로 삼성물산 건설부문이 '한남4구역' 재개발사업 최종 시공사로 선정됐다. 한남4구역은 래미안글로우힐즈한남으로 거듭날 예정이다.

지난 18일 서울 용산구 이태원동 이태원교회에서 한남4구역 시공사 선정을 위한 마지막 합동설명회와 조합원 투표가 이뤄졌다. 전체 조합원 1153명 중 현장투표 991명, 부재자투표 35명 총 1026명이 참여했다.

현장에만 1000명이 넘는 인파가 몰려 합동설명회가 이뤄지는 교회 6층 뿐만 아니라 대기장소인 3층까지 인산인해



삼성물산 건설부문 임직원들이 교회 입구에서 시공사로 선정된 이후 감사인사를 하고 있다.

/전지원 기자

였다. 안전을 위해 사복 경찰과 안전요원 등이 배치됐음에도 혼선이 생겨 입장과 투표 시간이 지연되기도 했다.

설명회는 현대건설과 삼성물산의 인사말 이후 흥보 영상 상영으로 순서가 진행됐다.

현대건설은 기존의 경험을 바탕으로 신뢰도를 높이겠다고 강조했다. 흥보 영상에서는 "반포, 여의도, 압구정 등 여러 재건축 사업에서 인허가가 승인되는 중이다"라며 "수주 당시 경쟁사가 불 가능하다고 주장했던 반포 124주구에

서도 허가를 완료했다"고 설명했다.

삼성물산 역시 진정성을 내세웠다. 김상국 삼성물산 부사장은 "한남4구역을 준비한 3년 전부터 작년에 입찰했을 때, 오늘 이 순간까지 초심을 갖고 사업을 이끌어가겠다"며 "입찰했던 제안서, 상품 약속을 모두 준수하겠다"고 했다.

오후 3시부터 시작된 투표는 5시에 개표됐다. 675대 335(무효 16표)로 배가 넘는 표 차이를 보이며 삼성물산이 한남4구역 최종 시공사로 선정됐다. 조

합원들의 환호성이 터져나왔고 삼성물산은 조합원들이 나가는 길에 플래카드를 들고 연신 감사 인사를 전했다.

삼성물산은 금융 조건에서 현대건설을 앞섰다. ▲분양수입 1583억원 ▲금융비용 1185억원 절감 ▲세부 공사 항목 120억원 우위 등을 통해 전체 약 2900억 원, 조합원 세대당 2억 5000만 원에 달하는 이익을 보장하겠다고 약속했다. 특히 최저 이주비 12억 원 등을 제시해 보장액을 명시했다.

한 조합원은 "수 차례의 합동설명회

등을 거치며 현대건설도 경쟁력을 갖췄으나 수주 초반 우위를 점한 삼성물산을 넘을 수는 없었던 것 같다"고 했다.

이어 "한남 재개발 구역에 제안된 내용들 중 지켜지지 않는 경우를 주변 사업장에서 너무 많이 봐왔다"며 "대다수의 조합원들이 '차별점을 둬야 한다'는 마음이 커졌다"고 전했다.

앞서 재개발이 진행 중인 한남3구역의 경우 시공사로 선정된 현대건설은 현대백화점 입점을 약속했으나 무산된 바 있다. 대우건설이 시공사로 있는 한남2구역도 사전에 제안한 스카이브릿지가 물거품이 됐다.

대형사 중 한남뉴타운에서 유일하게 사업장이 없었던 삼성물산이 공을 들인 사업장이라 점이 조합원들에게 신뢰를 얻었다는 평가다.

한편 시공사 선정 이후 다가오는 일정은 사업 시행 인가로 삼성물산은 2025년 중반을 목표로 입찰 당시부터 인가 준비를 병행했다. 한남3구역과 추진 속도에서 이미 차이가 벌어진 만큼 조합원들은 빠른 진행을 기대하고 있다.

/전지원 기자 jjw13@metroseoul.co.kr

임종룡 "韓 밸류업 정책 일관되게 추진될 것"

〈우리금융그룹 회장〉

우리금융, 주요 투자자에게 IR 서한 지난해 성과·그룹 밸류업 의지 강조



등에 비춰볼 때, 한국의 밸류업 정책은 변함없이 일관되게 추진될 것"이라고 강조했다.

이어 "2024년은 우리금융그룹이 전환점을 맞이한 중요한 해였다"며 "지난 3월 예금보험공사 참여 지분의 매입·소각을 통해 완전 민영화를 달성한 것을 비롯해 10년 만에 증권업에 재진출하며 주주 환원과 기업 가치 제고를 위한 기반을 다졌다"고 전했다.

서한을 통해 그룹의 경영 목표와 전

략도 제시했다. 금융업의 본질인 공고한 신뢰를 바탕으로 기업금융, 자본시장, 글로벌, 자산관리 등 핵심사업 분야에서 계열사별 역량을 강화하고, 임베디드 금융 제휴 등 미래 성장을 위한 신사업을 지속 발굴하겠다는 계획이다.

임 회장은 "2025년에는 해외 투자들을 직접 찾아뵙고 우리금융의 비전과 전략을 설명하며, 다양한 의견을 경청하는 기회를 확대하겠다"며 "글로벌 시장에서 우리의 신뢰도를 높이고 저평가를 해소하기 위한 노력을 지속하겠다"고 약속했다.

/이승용 기자 lsy2665@

함영주, 베인캐피탈과 국내 투자 전략적 협업 확대

하나금융그룹, 최고경영자 미팅 함 회장 국내경제 성장 가능성 강조



함영주(오른쪽) 하나금융그룹 회장이 지난 17일 서울시 종로구 을지로 하나금융그룹 명동 사옥에서 존 코노턴(John Connaughton) 베인캐피탈 글로벌 CEO와 기념촬영을 하고 있다. /하나금융

고 덧붙였다.

이외에도 하나금융그룹과 베인캐피탈의 주요 경영진은 이번 미팅을 통해 ▲글로벌 거시경제 상황 ▲국내 신규투자 계획 ▲미래 신사업 전망 등에 대한 심도 있는 의견을 교환했으며, 양사는 국내 투자 부문의 핵심 파트너로서 전략적 협업의 범위를 확대해 나가기로 했다.

함영주 회장은 "베인캐피탈과의 우호적 관계를 바탕으로 국내 시장에서는 협업 사업을 한층 더 강화하고, 글로벌 시장에서는 신규 비즈니스의 기회를 창출할 계획이다"라며 "대한민국을 대표하는 금융그룹으로서 양사의 시너지가 다방면에서 실현될 수 있도록 그룹 차원의 지원을 아끼지 않겠다"고 말했다.

/나유리 기자 yul115@

함 회장은 국내 경제의 굳건한 펀더멘털과 성장 가능성을 강조했다. 또한,

대한민국 대표 금융그룹인 하나금융은 최근 불확실성이 확대된 국내 금융·외환시장의 안정화를 도모하고, 기업의 경제활동을 안정적으로 영위할 수 있는 환경을 만드는 데 최선을 다하고 있다

초단기 상품에 우대금리까지 저축은행, 이색적금 출시 경쟁

OK저축銀, 최대 10% 고금리 제공
한투저축銀, 12% 금리 '한달' 적금

저축은행이 '이색적금'을 잇따라 출시하고 있다. '초단기 적금'으로 신규 예금주 확보 속도를 높이기 위해서다. 다채로운 적금상품에 고금리를 적용한 만큼 사회초년생이나 목돈을 마련하고 싶은 '예태크족'의 관심이 집중된다.

19일 금융업계에 따르면 이달 OK저축은행은 신년 맞이 'OK금연적금'을 출시했다. 금연을 결심한 예비 차주를 겨냥해 개발했다. 기본금리 연 4.8%에 만기 시 우대금리 연 4.8%포인트(p)를 추가로 지급한다. 담배 1갑 가격인 4800원 또는 9600원 가운데 한 가지를 선택해 48일간 매일 납입해야 한다. 9800원 기준 만기 시 수령 금액은 47만 400원이다.

같은 달 OK저축은행은 'OKx 엘포인트 모아적금'을 함께 공개했다. 6개월 단기 적금으로 월 최대 30만 원까지 납입할 수 있다. 원리금 '엘포인트(L.POINT) 받기'를 선택하면 기본금리 연 2%에 우대금리 연 8%p를 적용한다. 월 납입액 30만 원 기준 세후 184만 4415원을 마련할 수 있다.

지난 달 한국투자저축은행은 '한투원 투 한달적금'을 출시했다. 연 12%금리를 적용했으며 31일간 하루 최대 5만 원 까지 납입 가능하다. 납입액 5만 원 기준 최종 수령 금액은 세후 156만 3113원이다. 10만 원 한정으로 출시했다.

반려동물을 키우는 소비자를 위한 적금 상품도 있다.

청주저축은행은 '펫팸정기적금'을 판매하고 있다. 업계에서 맨 처음 반려동물적금을 취급한 곳은 SBI저축은행



Chat GPT가 생성한 '적금으로 돈을 굴리는 사람' 이미지.

이다. SNS를 통해 반려동물 양육 여부를 확인한다. 반려견, 반려묘 뿐 아니라 곤충, 파충류를 키우는 고객도 가입할 수 있도록 설계했다.

이처럼 저축은행이 이색적금을 출시하는 배경에는 신규 고객 유치를 위해서다. 만기를 줄여 납입 부담을 낮추면서도 고금리를 적용해 소비자를 끌어들이는 전략이다. 만기 이후 금융사가 부담하는 순이자 또한 5만 원 미만으로 높지 않다. 소비자의 흥미를 유도할 콘텐츠가 흥행의 핵심이다.

저축은행의 경우 적금상품 기획에 관한 규제도 상대적으로 느슨하다. 원금을 100% 보장하는 만큼 설계가 수월하기 때문이다. 앞으로도 저축은행은 소비자의 흥미를 유발할 수 있는 적금 상품을 대거 내놓겠다는 방침이다.

올 상반기를 저축은행의 브랜딩 사업 적기로 보는 시각도 있다. 주 먹거리인 부동산 프로젝트파이낸싱(PF) 취급이 전무한 데다 리테일(소매금융) 시장이 쪼그라들면서다. 신규고객 확보에 주력할 시기인 셈이다. 저축은행은 정기예금을 통해 대출 운용 자금의 90% 이상을 조달한다. /김정선 기자 kimsan119@