

수백조 공장증설에도 HBM 생산 한계… 최소 2년 이상 공급난

메모리 3社, 설비투자 경쟁 치열
신설 공장, 실제 생산까지 2년 소요
공급확대에도 가격하락 제한적 전망

삼성전자와 SK하이닉스, 미국 마이크론이 수백조원을 투입하는 사상 최대 증설 경쟁에도 메모리 반도체 공급난은 2028년까지 이어질 것이라는 전망이 나온다. 신설 공장이 실제 생산에 들어가기까지 최소 2년이 걸리고 고대역폭메모리(HBM)가 기존 D램보다 몇 배 많은 웨이퍼를 소모해 증설이 곧바로 공급 확대에 이어지지 않기 때문이다.

13일 업계에 따르면 마이크론은 지난 4일 일본 히로시마 공장에서 1조5000억엔(약 14조원) 규모의 신규 제조동기공식을 열고 2028년부터 차세대 HBM을 생산하기로 했다. 미국 아이다호와 뉴욕 공장 건설을 포함해 2035년까지 미국 내 투자에 만 2500억달러(약 375조원) 이상을 투입한다.

삼성전자는 용인 국가산업단지 첫 공장 가동 목표를 당초 2031년에서 2029년으로 2년 앞당겼고 팹택 4공장(P4)은 계획보다 6개월 이른 연내 완공 가동에 들어간다. 지난달에는 정부 메가프로젝트 발표를 통해 팹택과 용인 반도체 클러스터 등에 총 2030조원을 투입하는 초장기 투자 청사진도 내놔다.

SK하이닉스는 나스닥 상장으로 조달



지난 9일 경기도 용인시 처인구 원삼면 용인반도체클러스터 일반산업단지 공사현장에서 분주하게 공사가 진행되고 있다. /뉴스시스



SK하이닉스가 건설할 충북 청주시 신규 팹(Fab·공장) M15X 조감도. /SK하이닉스



마이크론이 건설 중인 뉴욕 메가 팹. /뉴스시스

한약 40조원을 용인 클러스터 1기 공장과 청주 첨단 패키징 공장에 투입하며 용인 1기는 내년 가동을 목표로 하고 있다.

이 같은 메모리 3사의 증설 경쟁에도 공급 부족은 단기간에 해소되기 어렵다는 관측이 우세하다. 과소정 SK하이닉스 사장은 지난 10일(현지시간) 나스닥 상장 당일 로이터 인터뷰에서 “공급 관점에서 내년은 업계 역사상 최악의 해가 될 것”이라며 공격적인 증설에도 메모리 수요가 2030년 이후까지 생산 능력을 초과할 것으로 내다봤다. 증권가의 시각도 비슷하다.

김선우 메리츠증권 연구원은 메모리 공급이 최소 내년 4분기까지 수요 증가 속도를 따라잡기 어렵고 업황도 사이클상 중반에 미치지 못했다고 분석했다. 미국 투자은행 제프리스는 메모리 가격이 3분기 40~50% 오른 뒤 2027년에도 상승세를

지속해 가격 안정은 2028년에야 가능할 것으로 전망했다.

증설이 공급 확대에 이어지지 못하는 첫 번째 요인은 시간이다. 반도체 공장은 착공 후 건설과 장비 반입, 공정 검증, 수율 확보를 거쳐야 해 실제 생산까지 수년이 걸린다. 산재이 메트로트와 마이크론 최고경영자(CEO)도 지난달 새 공장 건설에 오랜 기간이 걸리고 차세대 공정이 복잡해졌다는 점을 들어 공급난이 2027년 이후까지 이어질 가능성을 언급했다. 실제 마이크론은 중기적으로 고객 수요의 50~67%만 충족할 수 있다고 밝힌 상태다. 3사가 현재 짓고 있는 공장의 물량이 시장에 공급되는 시점은 빨라도 2027~2029년이라는 의미다.

두 번째 요인은 HBM의 생산 구조다. HBM은 D램을 여러 층으로 쌓아 만드는 구조여서 같은 용량의 일반 D램보다 3~4

배 많은 웨이퍼를 소모한다. 미국 투자는 행 모건스탠리는 첨단 메모리 웨이퍼 생산능력에서 HBM이 차지하는 비중이 2023년 6%에서 2028년 34%까지 높아질 것으로 내다봤다.

전체 웨이퍼 생산능력이 한정된 상황에서 수익성 높은 HBM에 물량이 쏠리면 그만큼 범용 D램과 낸드에 배정되는 몫이 줄어든다. 실제 시장조사업체 D램익스체인지에 따르면 지난달 PC용 범용 D램(D DR4 8Gb) 평균 고정거래가격은 21달러로 사상 최고치를 기록했다. 또 대만 시장 조사업체 트렌드포스는 AI 서버 수요가 메모리 생산능력을 잠식해 공급 부족과 비용 상승이 단기에 완회되기 어렵다며 올해 글로벌 노트북 출하량이 전년보다 13.6% 줄어든 것으로 전망했다.

공급이 늘어도 과거와 같은 가격 폭락으로 이어지지 않을 것이라는 분석도 나

온다. 빅테크 기업들이 메모리 제조사와 3~5년 단위의 장기공급계약(LTA)을 맺는 관행이 확산하면서 신규 물량 상당 부분이 공장 가동 전에 이미 선점되고 있어서다. 마이크론은 2030년까지 이어지는 전략적 고객 계약 16건을 체결했으며 이는 자사 D램 출하량의 약 20%, 낸드의 3분의 1에 해당한다. 확정 수요를 바탕으로 생산하는 주문형 구조가 자리 잡으면서 증설 물량이 재고로 쌓이던 과거 증설 경쟁과 다른 형태를 보인다.

최대원 SK그룹 회장은 상장 당일 미국 CNBC 인터뷰에서 “향후 5년 안에 생산능력을 두 배로 늘리겠다고 발표했는데도 모든 고객이 부족하다고 말한다”며 “우리의 공급 능력은 그 수요를 결코 따라잡지 못할 것”이라고 말했다.

/구남영 기자

koogija_tea@metroseoul.co.kr



metro

유통업계, 오프라인 채널 활기… 수익개선 기대

관광객 증가·휴가철 특수 등 호재
백화점, 두 자릿수 이익 증가 전망

국내 주요 유통업체들의 올해 2분기 경영 실적이 업태별 호재에 힘입어 전반적인 개선세를 나타낼 전망이다. 고물가와 내수 침체가 이어지고 있지만 자산가치 상승에 따른 백화점 호조와 경쟁사 구조 조정에 따른 대형마트 반사이익, 편의점의 체질 개선이 맞물리며 시장 기대치를 웃도는 성적표가 예상된다.

13일 <메트로경제신문> 취재를 종합하면 주요 유통업체들의 2분기 실적은 업태별 차별화가 뚜렷할 것으로 보인다. 백화점과 대형마트, 편의점은 이익 개선세가 예상되는 반면 면세점은 외국인 객단가 하락으로 상대적으로 부진한 흐름을 이어갈 전망이다.

가장 두드러진 실적이 기대되는 곳은 백화점이다. 산업통상자원부에 따르면 지난 5월 백화점 매출은 전년 동월 대비 24.5% 증가하며 주요 유통업체 가운데 가장 높은 성장률을 기록했다. 부동산과 금융자산 가격 상승에 따른 자산효과로 고소득층의 명품·패션 소비가 견조한 데다 원화 약세로 외국인 명품 수요가 면세점에서 백화점으로 이동한 영향이다. 실제 상반기 백화점 3사의 외국인 매출은 모두 5000억 원을 넘어섰으며 전체 매출에서 차지하는 비중도 7~8% 수준까지 확대됐다. 신세계백화점은 명품 경쟁력을 앞세워 가장 높은 성장세가 예상되며 현대백화점과 롯데쇼핑도 의류 판매 호조와 감가상각비 감소 효과로 두 자릿수 이익 증가가 기대된다.



지난달 14일 서울 중구 명동거리에서 외국인 관광객들이 오가고 있다. /뉴스시스

대형마트는 홈플러스 구조조정의 반사이익이 본격화되고 있다. 홈플러스가 회생 절차 과정에서 부실 점포 영업을 중단하면서 고객 수요가 이마트와 롯데마트로 이동하고 있기 때문이다. 증권가는 홈플러스 기존 매출의 약 30%만 흡수해도 이마트와 롯데쇼핑의 합산 매출이 1조4000억~1조5000억 원 늘고 영업이익도 약 3600억 원 증가할 것으로 추산했다. 다만 이마트는 최근 스타벅스를 둘러싼 논란으로 촉발된 불매 움직임이 단기 변수로 꼽힌다.

편의점도 회복세가 뚜렷하다. 외형 확대 경쟁에서 벗어나 우량 점포 중심으로 체질을 개선한 효과가 나타나고 있으며, 5월 편의점 매출은 전년 동월 대비 5.9% 증가했다. 외국인 관광객의 소비가 대형면세점이나 명동 중심에서 골목상권으로 확산되면서 편의점이 필수 쇼핑 코스로 자리 잡은 점도 긍정적으로 작용했다. 이에 따라 GS25와 CU는 2분기 매출이 전년 동기 대비 5~6% 증가하고 영업이익은 두 자릿수 성장률을 기록할 것으로 관측

된다.

반면 면세점은 방한 관광객 증가에도 객단가 회복이 더딘 상황이다. 5월 외국인 면세점 구매객은 전월 대비 3.0% 증가했지만 매출은 2.5% 감소했고 객단가도 5.3% 하락했다. 개별관광객(FIT) 증가와 소비 패턴 변화로 고가·대량 구매가 줄고 소액·분산 소비가 늘어난 영향으로 분석된다. 다만 업계는 점포 효율화와 비용절감 효과가 본격화되면서 수익성은 점진적으로 개선될 것으로 기대하고 있다.

하반기에도 오프라인 유통업계의 회복세는 이어질 가능성이 높다. 대한상공회의소의 3분기 소매유통업 경기전망지수는 직전 분기보다 12포인트 상승한 92를 기록했다. 휴가철과 추석 특수, 외국인 관광객 증가 기대감으로 백화점과 편의점, 대형마트의 전망은 개선된 반면 해외 이커머스와 가격·배송 경쟁이 심화된 온라인 쇼핑은 여전히 기준치를 밑돌며 온·오프라인 간 허리가 엇갈릴 것으로 전망된다.

/김서현 기자 seoh@



metro

고용보험 상시가입자 1585만5000명 청년층·제조업 ↓ 고령층·서비스업 ↑

고용노동부 6월 노동시장 동향
6개월 연속 20만명 후반대 증가

고용보험 상시가입자가 서비스업을 중심으로 6개월 연속 20만명 후반대의 안정적인 증가세를 이어갔다. 그러나 인구 감소와 내수 부진의 여파로 청년층 가입자가 46개월째 감소세를 기록하고, 우리 경제의 버팀목인 제조업과 건설업의 동반 침체가 지속되는 등 고용시장 내부의 양극화 그늘은 더욱 깊어지는 양상이다.

고용노동부가 13일 발표한 ‘2026년 6월 고용행정 통계로 본 노동시장 동향’에 따르면, 지난달 말 고용보험 상시가입자 수는 1585만5000명으로, 전년 동월대비 26만4000명(1.7%) 늘었다. 올해 1월 이후 6개월째 20만 명대의 성장세를 유지한 수치다. 그러나 산업별로는 명암이 극명하게 엇갈렸다. 보건복지(+11만 2,000명)와 숙박음식업 등이 포함된 서비스업 가입자가 27만9000명 늘어나며 전체 증가세를 견인했다. 노동부는 외국인 관광객이 월 200만 명대 수준으로 유입되면서 내수 산업이 활성화된 점이 반영됐다고 분석했다.

반면 내수 가공업종 부진이 이어진 제조업은 전년 동월 대비 9000명 줄어듦에 전월보다 감소 폭이 확대됐다. 특히 자동차 제조와 화학제품 등에서 감소 폭이 커졌다. 35개월 연속 감소세를 이어간 건설업도 지난달 8000명 줄어듦에 장기 불황에서 벗어나지 못했다. 도소매업 역시 대형마트의 잇따른 점포 부분 폐업 등의 영향으로 증가 폭이 소폭 축소됐다.

가장 심각한 부문은 청년층 고용이다.

인적 속성별로 보면 29세 이하 청년층 가입자는 전년 동월 대비 6만 3000명 줄어듦에 2022년 9월 이후 46개월 연속 감소라는 불명예스러운 기록을 이어갔다. 허리 세대인 40대 가입자 역시 감소세를 보였다. 반면 60세 이상 고령층과 30대, 50대 가입자는 늘어 고령 중심의 고용 구조가 고착화되고 있음을 보여줬다.

다만 정부는 청년층 가입자 감소의 상당 부분이 인구 감소 구조에 기인한 것으로 보고 있다.

천경기 노동부 미래고용분석과장은 이날 브리핑에서 “29세 이하 인구가 15만 2000명 감소한 영향을 받는 가운데, 청년층 가입자 감소 폭이 많이 완화되어 6만 명 감소는 거의 인구 감소분 정도라고 볼 수 있어 고용보험 상태 자체는 크게 나쁘지 않다”고 밝혔다. 그러면서도 “전체 취업자로 볼 때 청년층이 임시직 등 불안정한 일자리에 내몰리며 체감 고용 상황은 더욱 어려워 보인다”고 진단했다.

최근 기업회생 절차를 밟고 있는 홈플러스에서도 점포 폐업에 따른 가입자 감소가 나타났다. 천 과장은 “홈플러스는 지난해부터 점포 폐업에 따라 고용보험 가입자가 조금씩 감소하고 있다”며 “올해 1월부터 6월 사이에도 수백명 단위의 소폭 감소가 지속됐다”고 설명했다.

한편, 일자리 안전망 지표인 구직급여(실업급여) 신규 신청자는 고용센터 근무일수 증가(2일) 영향으로 전년 동월 대비 4000명 증가한 9만 명을 기록했다.

/세종=한용수 기자 hys@



metro