

코스피·레버리지 변동성 ‘빨간불’… 금감원장, 휴가도 연기

휴가 독려 앞장섰던 이찬진 원장
시장 불안 확대에 비상체제 돌입

레버리지 ETF 총량 20% 내로 제한
현금 3000만원 기본예탁금 요구도
자금흐름·운영사 거래행태 등 점검

이찬진 금융감독원장이 다음 주 예정했던 여름휴가를 연기했다. 코스피 6000선이 깨진 데다 시장 변동성까지 커졌고 삼성전자·SK하이닉스 단일종목 레버리지 상장지수펀드(ETF) 논란까지 겹친 영향으로 해석된다.

30일 금융권에 따르면 이 원장은 다음 달 3일부터 7일까지 5일간 사용할 예정이던 여름휴가 일정을 미뤘다. 새로운 휴가 일정은 정해지지 않았다.

이 원장은 당초 임직원들의 여름휴가 사용을 독려하는 차원에서 먼저 휴가를 떠날 계획이었다. 휴가 기간에도 주요 현안



이찬진 금융감독원장.

/금융감독원

을 보고받는다라는 방침이었지만, 최근 금융시장 불안이 빠르게 확산하면서 예정대로 일정을 소화하기 어렵다고 판단한 것으로 전해졌다.

앞서 이 원장은 단일종목 레버리지 ETF와 관련해 “드러누워서라도 막아야 했다”고 정책 실패를 인정한 바 있다.

청와대의 시선도 있었던 것으로 보여진다. 상품 도입을 주도한 것으로 알려진 금융위원회 정책실장은 단일종목 레버리지 ETF에 모든 책임을 돌려서는 안 된다는 입장이다. 이재명 대통령의 브라질 방문을 수행 중인 김 실장은 지난 28일(현지 시각) 상파울루 프레젠테이션에서 “레버리

지 ETF로 변동성이 더욱 도드라져 보일 수는 있지만, 상당히 많은 문제가 다 그것 하나로 귀결되는 것처럼 말하는 것은 꼭 그렇지 않다”고 했다. 그러면서 “레버리지 ETF뿐 아니라 전반적인 구조적 요인을 금융위원회와 금융감독원이 점검해보려고 한다”고 했다.

금융당국은 투자문턱을 더 높이는 방안을 검토하기로 했다.

정부는 삼성전자·SK하이닉스 단일종목 레버리지 상장지수펀드(ETF) 총량 규제에 즉각 나서기로 했다. 개인별 투자한도를 총 투자금액의 20% 이내로 제한하는 내용이다.

또 31일부터 단일종목 레버리지 상품을 신규 또는 추가 매수하려는 개인투자자에게 현금 3000만원 이상의 기본예탁금을 요구할 예정이다. 이억원 금융위원장은 지난 29일 국회 정무위원회 업무보고에서 이 조치가 시행되면 거래 계좌가 약 10만 개에서 1만 개 수준으로 줄고, 거래량도 약 60% 감소할 것으로 업계가 예상한다고 했다. 현행 두 배인 레버리지 배율을 낮추는 방안에 대해서도 ‘변

동성 완화 측면에서는 효과가 있을 것’이라며 전문투자자만 신규 매수를 허용하거나 투자자별 한도를 두는 방안도 검토할 수 있다고 했다.

금감원은 관련 상품의 자금 흐름과 증권사·자산운용사의 거래 행태, 리밸런싱 과정에서의 시장 충격 등을 집중적으로 점검하고 있다. 단일종목 레버리지 상품이 장마감 무렵 기초자산 매매를 집중시키면서 삼성전자와 SK하이닉스 등 대형주 변동성을 키웠는지도 들여다보고 있다. 금감원 관계자는 “현재 금융시장과 관련해 비상 대응체제 모드가 이어지고 있다”며 “원장이 언제 휴가를 떠날 수 있을지 알 수 없는 상황으로, 향후 일정도 불확실하다”고 말했다.

이 위원장도 여름휴가를 아예 미뤘다. 당초 대통령 순방 일정에 맞춰 27~28일 이틀간 휴가를 사용할 예정이었지만, 부동산 금융 정책과 삼성전자 레버리지 ETF 추가 조치 준비 등 급작한 현안이 한꺼번에 몰리면서 일정을 취소했다. /허정윤 기자

zelkova@metroseoul.co.kr



韓日 유통가, 반짝 팝업 넘어 현지 일상으로 뿌리내린다

韓, 정규 플래그십·지역거점 확보 박차
日, 대구백화점에 돈키호테 임차 검토

단기 팝업스토어나 일회성 수출에 기댄 한·일 유통가의 해외 진출 공식이 통째로 바뀌고 있다. 양국 기업들이 상대국 시장에 직접 정규 매장을 열고 온·오프라인 판매망과 물류 인프라까지 구축하는 중장기 현지화 전략으로 체질 개선에 나섰다.

인구 감소와 내수 성장 한계라는 공통의 벽을 넘기 위해 매장과 플랫폼, 그리고 운영 방식 전제를 현지에 이식하는 밀착형 안착 전략이 본궤도에 올랐다는 분석이다.

◆ K유통, 日서 ‘상시 거점’으로 승부

최근 한국 유통·패션기업들의 일본 공략은 과거의 ‘테스트 베드’ 차원을 넘어섰다. 현지 소비자와 지속적으로 호흡할 수 있는 정규 플래그십과 지역 거점 확보가 핵심이다.

현대백화점이 도쿄 오모테산도에 문을 연 ‘더현대(THE HYUNDAI)’ 글로벌 첫 해외 플래그십 정규 매장은 이러한 트렌드를 이끄는 선두주자다. 개점 초기부터 목표치를 30% 이상 웃도는 실적을 거두며 도쿄 플라자 오모카도의 20·30대 방문객을 전년 대비 5배 이상 끌어올렸다. 단순히 브랜드를 모아 파는 데 그치지 않고, 통관부터 물류, 현지 마케팅까지 유통사가 전 과정을 뒷받침해 국내 중소브랜드의 운영 리스크를 원천 차단한 구조가 적중했다.

패션가의 발걸음도 빨라졌다. 무신사가 유통하는 여성복 브랜드 ‘마렝킴’은 오는 8월 28일 일본 서부 최대 소비시장인 오사카의 핵심 상권 ‘루쿠아 오사카’에 일본 4호점을 연다. 도쿄와 나고야에 이어 서일본까지 아우르는 ‘전국 단위 오프라인 네트워크’를 완성했다. 형지I&C 역시 여성복 ‘캐리스노트’를 앞세워 오는 11월 일본

최대 홈쇼핑 플랫폼 ‘숍채널’ 진출을 확정짓는 등 현지 맞춤형 생산과 온라인 판매망 확대를 동시에 꾀하고 있다.

◆ 日 브랜드, 한국인 일상 파고들기

일본 기업들도 일시적 수입·판매에 머물지 않고 한국 소비자의 일상 속에 깊숙이 뿌리내리려는 모습이다.

일본 대형 할인점 돈키호테 운영사 PPIH는 대구백화점 본점 인수를 추진 중인 세경인베스트와 손잡고 대구 동성로 대구백화점 본점 1~4층 임차를 검토 중이다. 단일 점포 진출을 넘어 대백마트 140여 곳을 활용하는 방안까지 저울질하며, 기존 지역 유통망을 발판 삼아 본격적인 국내 영토 확장에 시동을 걸었다.

식품업계의 장기 투자도 눈에 띈다. 일본 오하요유업은 프리미엄 디저트 ‘오하요 브뤼레 밀크’를 국내에 정식 출시하고 세븐일레븐을 통해 판매를 시작했다. 앞서 선보인 ‘저지 우유푸딩’으로 국내 디저트 열풍을 주도했던 오하요유업은 향후 10년에 걸쳐 한국을 핵심 거점으로 삼고 프리미엄 브랜드 인지도를 다지겠다는 중장기 로드맵을 가동했다. 한국 소비자의 세밀한 피드백을 수집해 향후 상품 기획과 마케팅에 반영할 것으로 보인다.

전문가들은 최근의 한·일 유통 교류가 단순한 무역 거래의 확대를 넘어 서로의 안방 시장에 현지화된 거점을 세우는 내재화 단계에 진입했다고 평가한다.

유통업계 관계자는 “지리적 근접성과 유사한 소비 문화를 바탕으로, 올해는 일회성 유행을 넘어선 상호 로컬화의 원년이 될 것”이라며 “내수 한계에 부딪힌 양국 기업들이 철저한 현지 맞춤형 상품 기획과 운영 방식으로 상대국 시장 공략에 속도를 낼 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@



새로운
대한민국 농협

1965

SINCE

NH농협생명

60년을 넘어 한결같이
고객의 행복을 최우선으로 여기며
대한민국 구석구석을 밝혀 온 NH농협생명.

앞으로도 대한민국의 밝은 미래를 위해
모두의 인생을 비추겠습니다.

NH농협생명이
든든한 빛이 되겠습니다

대망같이