

올해 주식병합 1511% 급증... 부실기업 퇴로 악용 '우려'

체질개선 vs 자본먹튀

주식병합, 작년 17건 → 올해 274건
기업실적·실제가치 개선 수단이나
고의적 상폐 시 투자자 선택권 없어
최초 상장 시 더 엄격한 평가하고
실적 일정 충족 시 상폐 제외해야

정부가 증시 체질 개선을 위해 주가 1000원 미만인 '동전주'와 시가총액 미달 종목 퇴출에 나서면서 시장의 시선이 엇갈리고 있다. 저가주를 정리해 시장 신뢰를 높이겠다는 취지지만, 일각에선 오히려 '고의적 자본 먹튀'를 양산할 수 있다는 우려도 나온다. 시장에서는 단순 수치 기준을 갖고 퇴출을 따지기보다 기업의 내재가치 평가 등 정교한 제도 설계가 필요하다고 지적한다.

◆ 퇴출 피하자, '주식 병합 러시'

반도체 중심의 증시 편중과 코스닥 부진이 장기화하면서 상장폐지 갈림길에 선 상장사도 늘고 있다. 지난 7월 장 마감 기준 주가 1000원 미만인 곳 중 관리종목 지정 우려 공시를 낸 곳은 48곳(코스닥 38곳, 코스피 10곳)에 달한다. 시가총액 기준을 충족하지 못한 상장사는 235곳(코스피 41개, 코스닥 194개)에 이른다. 7월부터 상장폐지 요건이 강화되면서 시총 200억원(코스피 300억원) 미만, 주가 1000원 미만 기업에 대한 관리종목 지정·상장폐지 요건이 강화됐다. 사실상 동전주들에 사망 선고를 내렸다는 평가다.

〈공시위반 요건 강화〉

	코스닥	코스피
시가총액기준 조기화	[2026.7월] 150 → 200억원 [2027.1월] 200 → 300억원	[2026.7월] 200 → 300억원 [2027.1월] 300 → 500억원
동전주 요건 신설	신설	좌동
완전자본잠식 요건 강화	반기 완전자본잠식도 추가	좌동
공시위반 요건 등 강화	누적벌점 15점 → 10점 중대·고의 위반 추가	좌동

※ 4대 상장폐지 요건 강화는 코스피 시장에도 동일하게 적용

/금융위원회

막다른 곳에 몰린 상장사는 퇴출을 피하려 안간힘을 쓰고 있다.

가장 손쉬운 방법이 주식 병합이다. 코스피와 코스닥 시장을 가리지 않고 '주식 병합 러시' 현상이 나타나고 있다. 9일 금융감독원 전자공시시스템에 따르면 올해 들어 지난 7일까지 공시된 주식 병합 결정은 총 274건이다. 지난해 한 해 동안 공시된 주식 병합 결정 17건 보다 1511% 늘었다.

코스닥뿐 아니라 코스피에서도 주식 병합이 급증했다. 코스피 상장사의 주식 병합은 지난 2024년 0건, 지난 2025년 2건 등 찾아보기 힘들었다. 하지만 올해 들어 57개 기업이 주식 병합 계획을 밝혔다.

주식병합 공시를 낸 코스피 기업은 마이커, 보해양조, 서울식품공업, 금호에이치티, 금호전기, SG글로벌, SK증권, 상상인증권, KR모터스, 사조동아원, 트리니티항공 등이 대표적이다. 코스닥 기업 중에는 제약·바이오 기업들이 많다. CMG제약, 씨엑스아이, 케이바이오랩스, 사페론, 모아라이프플러스, 에이비온 등이 주식병합을 결정했다. 대부분의

회사는 주식 병합 공시 목적에 "유통 주식 수 감소를 통한 주가 안정화 및 기업 가치 제고"라고 적었다. 동전주에서 벗어나기 위해 주식 수를 많게는 10분의 1 수준으로 줄이는 조치를 취하는 기업이 많다는 얘기다.

전문가들은 주식 병합은 기업의 실적이나 실제 가치를 개선하는 수단은 아닌 만큼 투자자들에게 주의를 당부한다. 겉으로 주가를 높이는 착시 효과에 지나지 않는다는 얘기다.

자사주 매입을 통해 주가 부양에 나선 곳도 있다. 스마트미터카드 제조기업 옴니시스템이 주식병합과 추가 자사주 매입을 동시에 추진하며 동전주 탈피에 나섰다.

◆ 코리아 프리미엄 제고 기대 속 제도적 보완 필요성도

이억원 금융위원장은 지난달 15일 하반기 부처 업무보고에서 "시장에서 굉장히 많은 변동이 생겨나고 있다"며 "부실한 기업이 없어져야 말씀하신 공간이 생기고 혁신적인 기업이 들어올 수 있다"고 했다.

그러나 우려의 목소리도 있다.

저성과 부실 기업의 퇴로만 열어줄 수 있다는 걱정이다. 주가를 관리하지 않으면 자연스럽게 동전주로 전락할 수 있고, 이를 '의도된 출구' 전략으로 악용할 가능성을 배제할 수 없다는 지적이다. 특히 '공개매수를 통한 자진 상폐', 즉 대주주가 주식을 사들여 회사를 비상장사로 전환하는 것과는 달리 고의적 상폐는 투자자 선택권이 제한된다. 자진 상폐는 대주주가 제시한 가격에 대해 투자자가 매도 여부를 결정할 수 있지만, 고의적 상폐는 상폐 결정 이후 7거래일 간 정리매매 기간에 '혈값 매도'하는 방법밖에 없다.

상폐 위기 기업들의 M&A 문의로 늘어나는 분위기다. 업계에 따르면 삼일PwC 상장기업지원센터에는 지난달부터 상폐 기로에 놓인 상장사들의 M&A 문의가 크게 늘어 자문 계약으로 이어지고 있다. 대형 법무법인에서도 상폐 회피 전략을 찾고자 하는 상장사들의 법률 상담이 크게 늘어난 것으로 전해졌다. 시장 한 관계자는 "자사주 매입·소각이나 배당 확대 등의 주주환원 정책을 펼치기에는 현금 투입 부담이 커 M&A를 일종의 동아줄로 여기는 것 같다"면서 "제도적인 보완과 관심이 필요해 보인다"고 했다.

정지수 자본시장연구원 연구위원은 "투자자 피해와 불공정거래 악용 가능성을 낮추고 자본시장 신뢰와 코리아 프리미엄 제고에 기여할 것으로 기대된다"면서도 "상장폐지 위험에 노출된 기업들의 불법행위 가능성도 있는 만큼 세부적인 관리와 투자자 보호 체계를 함께 보완할

필요가 있다"고 말했다.

엄수진 한화투자증권 연구원은 "반도체 업종으로의 수급 쏠림과 극심한 변동성 속에서 최근 중소형주는 실적이나 펀더멘털에 관계없이 소외되고 있다"며 "유례없이 변동성과 수급 불균형이 극심한 현 상황에서 중소형주들에 대한 엄격한 상폐 잣대를 바로 적용하는 게 적절한지 고민해 볼 필요가 있다"고 말했다. 이어 "부실기업을 숙아내고자 상장 유지 요건을 강화하는 것보다는 최초로 상장할 때 더 면밀하고 엄격한 평가를 실시함으로써 신규 상장의 문턱을 높이는 것이 보다 바람직한 접근법"이라고 덧붙였다.

시장에서는 틀에 맞춘 퇴출이 성장 가능성이 있는 기업까지 퇴출할 수 있다는 우려가 나온다.

이에 따라 시가총액 기준에 미달하더라도 매출·영업이익 등 실적 요건을 일정 수준 충족하는 기업에는 상장폐지 요건의 예외를 적용해야 한다는 지적이 있다. 아울러 업종에 따라 시가총액이나 주가, 매출액만으로 단순 '부실기업'을 판단하기 어려울 수 있다며 기업의 내재가치를 평가할 수 있는 제도 설계가 필요하다는 주문도 나온다.

한편 정부는 '코스닥 승강제' 세부 방안을 연내 마련해 내년 초 시행할 예정이다. 우량기업을 지원하고 부실기업을 신속히 퇴출하는 내용이 골자다. 또 연기금 벤치마크에 코스닥지수 5%를 반영하고, 최대 200조원 규모의 국민성장펀드 내 코스닥 펀드를 신설하기로 했다. /허정윤 기자

zelkova@metroseoul.co.kr



metro

“성수동 매장·약국서 피부 진단 받고, 고기능성 ‘더마’ 화장품 산다”

Q 르포

올리브영N 성수·레디영약국

‘어드밴스드 더마 존’서 피부상태 진단
전문약사가 피부별 맞춤형 상담도
제약사, 유통채널에 더마 제품 입점
K-뷰티 새로운 성장축으로 자리

팝업의 매카 성수동. 골목 하나를 사이에 두고 '올리브영N 성수'와 '레디영약국'이 마주 보고 있다. 한쪽은 K뷰티를 대표하는 헬스앤뷰티 스토어, 다른 한쪽은 약국 기반 드럭스토어다. 이들은 공통적으로 '더마 화장품'을 내세우고 있었다.

지난 7월 올리브영이 더마전문관으로 선보인 '어드밴스드 더마 존'. 이곳에서는 9월 30일까지 피부 상태를 직접 진단하고 맞춤형 성분을 체험할 수 있는 팝업 스토어가 열린다. 파란빛 매장과 연구실풍 인테리어가 눈길을 끌었다.

동국제약과 동아제약 등 익숙한 제약사 로고가 붙은 크림과 세럼이 진열돼 있고, 피부 측정 '스킨스캔' 체험을 위해 줄을 서 있는 방문객도 보였다. 측정기를 볼에 갖다대자 직원은 화면에 나타난 수분과 유분 수치를 짚어줬다. 이후 피부 고민에 맞는 성분에 대해 소개하고 제품을 추천했다.

피부 진단 체험을 한 방문객 이윤경(25)씨는 "평소에는 내 피부 상태를 정확



서울 성동구 올리브영N성수에서 '어드밴스드 더마존'이 운영되고 있다. 사진은 매장 전경.

히 알기 어려웠는데 같은 연령대와 비교한 결과를 확인할 수 있어 도움이 됐다"며 "피부과에서만 받을 수 있을 것 같았던 진단을 매장에서 간편하게 받을 수 있다는 점이 인상적이었다"고 말했다.

더마(Derma)는 피부 과학(Dermatology)에서 유래한 용어로 피부 장벽 강화와 진정, 보습 등 기능성을 강조한 화장품을 말한다. 화장품 업계에 따르면, 성분 중심 소비가 자리잡고 고기능성 스킨케어 수요가 늘면서 더마 화장품이 K뷰티의 새로운 성장 축으로 자리 잡고 있다. 더마 화장품은 병원·약국 중심 시장에서 최근에는 헬스앤뷰티 스토어 등 유통 채널을 중심으로 빠르게 대중화되고 있다.

건너편 레디영약국 성수점 역시 북적였

다. 일반 약국과 달리 화장품 진열 공간을 대폭 늘린 매장에는 더마 화장품과 건강 기능식품, K-뷰티 제품이 함께 진열돼 있었다. 레디영약국은 전문 약사가 상주하며 맞춤형 상담을 제공하며 차별화에 나서고 있다. 매장에 마련된 피부 진단 카메라로 피부 상태를 점검한 뒤 적합한 제품을 약사에게 추천받는다. 성분에 대한 설명을 직접 들을 수 있을 뿐 아니라, 일반 의약품 등 약국에서만 판매할 수 있는 제품도 함께 취급한다.

레디영약국에서 근무하는 약사 A씨는 "피부와 시술 후 사용될 수 있는 더마 제품을 찾아 방문하는 고객이 크게 늘었다"며 "PDRN, PDLA 등 재생 성분이 들어간 제품이 많이 나간다"고 말했다. 이어 "방



서울 성동구 레디영약국 성수점 매장 내부의 모습.

/김수정 수습기자

문객의 60~70%가 외국인이고, 주말에는 평일보다 방문객이 1.5배 정도 많다"고 설명했다. 레디영약국은 일반 약국과 달리 K-뷰티와 더마 화장품을 함께 경험할 수 있는 'K-드럭스토어'를 표방한다.

제약사도 더마 열풍을 더하고 있다. 동화약품은 파스트 케어 브랜드 '후시덤'을 다이스에 출시했다. 전 제품 2000~5000원대 가격으로 가성비 시장을 공략한다. 피부장벽 케어 성분 '후시덤-P™' 제품을 앞세워 소비자 접점을 확대하겠다는 전략이다.

동아제약 역시 올리브영과 다이스 등 핵심 유통 채널에 적극 입점하며 더마 사업 성과를 가속화하고 있다. 파티온 등 더마 화장품 부문 매출은 올해 2분기 84억원을 기록해 전년 동기 대비 38.5% 성장했다.

더마 관련 사업부문 전체 매출은 전년 동기 대비 77.6% 급증한 140억원에 달했다.

아모레퍼시픽은 대표 더마 브랜드인 '에스트라'를 중심 라인으로 육성하며 실적 상승을 이끌어내고 있다. 대표 제품인 '아토베리어 365' 라인의 신제품 출시와 전문성 강화 전략을 비롯해, MBS(멀티브랜드숍) 및 온라인 채널 성장이 실적을 견인했다. 그 결과 아모레퍼시픽 국내 사업 내 에스트라의 매출 비중은 지난해 2분기 7%에서 올해 2분기 10%로 확대됐다. 이 같은 성장에 힘입어 에스트라는 유료모니터가 발표한 '대한민국 판매 1위 더마스킨케어 브랜드'에 선정됐다.

/김수정 수습기자 kcrystal@



metro