예상보다 빨라진 긴축 전환… 변동·주기형 대출 부담 커져

% 고물가·고금리의 귀환

❷ 내수 회복에 물가압력 확산

한은, 기준금리 2.75%서 3%로 인상
근원물가 7월 2.6%로 상승세 지속
서비스 등 기조적 물가압력도 커져
기준금리 경로 전망 빠르게 수정
재산정 앞둔 대출자 부담 우려

좀처럼 꺾이지 않는 물가에 한국은행이 기준금리를 인상하면서 고물가·고금리 장기화 우려가 커지고 있다. /뉴시스

"선제적 대응을 통해 물가 오름세의 확산을 방지하고 금융안정 리스크에도 계속 유의할 필요가 있는 만큼 기준금리를 0.25%포인트(p) 인상하는 것이 적절하다고 판단했다."

신현송 한국은행 총재는 지난달 27일 금융통화위원회 직후 열린 기자간담회에서 기준금리 인상 배경을 이같이 설명했다.

한은 금통위는 기준금리를 연 2.75%에서 3.00%로 0.25%p 인상했다. 수출 호조와 내수 회복으로 국내 경제가 예상보다 높은 성장세를 이어가는 가운데 물가상승률이 상당 기간 목표 수준(2%)을 웃돌 것으로 예상되면서다.

한동안 시장을 지배했던 금리 인하 기대는 다시 고개를 든 물가에 가로막혔다. 경기 회복과 함께 수요 측 물가 압력까지 커지면서 한국은행 통화정책의 무게중심이 다시 '물가 안정'으로 이동하고 있다.

◆ 근원물가까지 꿈틀

한은이 다시 긴축 카드를 꺼내든 배경에는 좀처럼 꺾이지 않는 물가가 자리하고 있다. 특히 변동성이 큰 식료품과 에너지 가격을 제외한 근원물가가 올해 들어 꾸준히 상승하면서 기조적인 물가 압력도 커지고 있다.

한은 경제통계시스템에 따르면 식료품 및 에너지 제외 지수 상승률은 지난해 12월 2.0%에서 올해 1월에도 2.0%를 기록했지만 2월 2.3%, 5월 2.5%로 오른 뒤 7월에는 2.6%까지 상승했다. 올해 들어 7개월 만에 0.6%p 높아진 셈이다.

농산물 및 석유류 제외 지수도 높은 수준을 이어가고 있다. 지난해 12월 2.3%였던 상승률은 올해 2월 2.5%로 높아졌고, 5월 2.5%, 6월 2.4%, 7월 2.5%를 기록했다.

국제유가나 농산물 처럼 가격 변동성이 큰 품목을 제외하고도 물가 상승 압력이 이어지고 있다는 의미다. 공급 측 충격뿐 아니라 서비스 가격과 내수 회복 등 기조적인 물가 흐름까지 강해지면서 한국은행으로서는 섣불리 통화정책을 완화하기 어려운 상황이다. 한은 역시 물가가 단기간에 목표 수준으로 낮아지기는 쉽지 않을 것으로 보고 있다. 경기 회복에 따른 수요 압력까지 가세할 경우 물가 상승률이 상당 기간 2%를 웃돌 수 있기 때문이다. 물가 안정에 대한 확신이 형성되지 않는 한 금리 인하로 다시 방향을 전환하기 어렵다.

◆ 예상보다 빨라진 금리 반등

예상보다 빠른 금리 반등에 차주들의 셈법도 복잡해졌다. 시장에서는 당분간 기준금리가 현 수준에서 유지되거나 완만하게 움직일 것이라는 전망이 우세했지만, 물가 압력이 예상보다 강하게 이어지면서 통화정책 방향이 빠르게 긴축 쪽으로 돌아섰기 때문이다.

특히 변동형 주택담보대출이나 일정 주기마다 금리가 재산정되는 혼합형·주기형 대출을 이용하는 차주들은 갑작스러운 금리 환경 변화에 다시 노출됐다. 금리가 단기간에 다시 오를 가능성을 크게 염두에 두지 않았던 만큼 재산정 시점에 따라 이자 부담이 예상보다 커질 수 있다는 우려도 나온다.

금융권에서는 최근 물가 흐름이 예상보다 강하게 이어지면서 기준금리 경로에 대한 전망도 빠르게 수정되고 있다. 당초 시장에서는 금리가 당분간 현 수준을 유지할 것이란 관측이 많았지만, 물가가 다시 정책 변수로 부상하면서 고금리 기조가 예상보다 길어질 가능성이 커졌다는 평가다.

금융권 관계자는 "시장에서도 기준금리가 이렇게 빠른 시일 내 다시 오를 가능성까지 크게 예상한 것은 아니었다"며 "물가 압력이 생각보다 강하게 이어지면서 금리 경로가 짧은 기간 안에 달라졌고, 변동금리 대출자나 금리 재산정 시점을 앞둔 차주들의 부담도 커질 수 있는 상황"이라고 말했다.

/나유리 기자
yul115@metroseoul.co.kr

쿠팡 독주에 네이버·컬리 맞불 이커머스 배송경쟁 다시 격화

당일·새벽·주말배송 영역 확대
네이버, N배송 권역 확대 추진
컬리, 하루 두 차례 배송 구축
신세계, 오프라인 점포 물류 활용

서울 송파구 복합물류단지에서 택배 노동자들이 분류 작업을 하는 모습. /뉴시스

국내 이커머스 업계의 배송 경쟁이 다시 달아오르고 있다. 쿠팡이 대규모 자체 물류망으로 시장을 선점한 가운데 네이버와 컬리, 신세계그룹 계열 G마켓·SSG닷컴, 패션 플랫폼 지그재그 등은 제휴 물류망과 오프라인 점포, 특화 서비스를 활용해 배송 경쟁력 강화에 나섰다.

1일 이커머스 업계에 따르면 주요 플랫폼들은 당일·새벽·주말배송 등 배송 시간대를 세분화하고 서비스 지역을 확대하고 있다. 가격과 상품 중심이던 경쟁이 배송 속도와 편의성, 반품·교환 등 구매 이후 서비스까지 확장되는 모습이다.

배송 경쟁의 기준을 끌어올린 것은 쿠팡이다. 쿠팡은 2014년 '로켓배송' 도입 이후 직매입·직배송을 중심으로 당일·새벽배송까지 영역을 확대했다. 전국 200여 개 물류 인프라를 구축했으며 2024년 기준 총거래액은 약 55조원, 시장점유율은 22.7%다. 네이버는 자체 물류센터 대신 CJ대한통운 등 전문 물류업체와 협력해 배송망을 확장하고 있다. 오늘·내일·일요·새벽배송으로 구성된 'N배송'의 배송 권역을 현재 20% 미만에서 3년 내 50% 이상으로 확대할 계획이다.

신선식품에서는 컬리와 손잡았다. 네이버는 네이버플러스 스토어에서 '컬리N마트'를 운영하고 컬리에 330억원을 투자했다. 컬리는 김포·평택·창원 물류센터를 기반으로 오후 3시 이전 주문 상품을 당일 밤까지 배송하는 '자정 샛별배송'을 추가해 하루 두 차례 배송 체계를 구축했다.

신세계그룹은 오프라인 점포를 물류 거점으로 활용한다. SSG닷컴은 이마트 점포를 활용한 2시간 내 퀵커머스를 연말까지 전국 50여 개 점포로 확대할 계획이다. G마켓은 전국 20개 트레이더스 매장과 연계한 당일배송을 운영하고 '스타배송' 상품에 무료반품 서비스도 도입했다.

지그재그는 밤 10시까지 주문하면 다음날 상품을 받는 '직진배송'을 주 7일로 확대하고, 반품 후 재주문 없이 상품을 바꾸는 '직진교환'을 도입했다.

업계의 배송 전략이 서로 다른 것은 쿠팡과 같은 자체 물류망을 단기간에 구축하기 어렵기 때문이다. 쿠팡이 전국 단위 물류센터와 직배송 체계를 수년간 구축해 규모의 우위를 확보한 만큼 경쟁사들은 전문 물류업체와의 제휴, 기존 오프라인 점포 활용, 콜드체인과 패션 등 특정 분야의 물류 역량 강화로 대응하고 있다.

/김서현 기자 seoh@