

쥐꼬리 이자에 예·적금 ‘2금융권’ 갈아타기

은행 예금 금리 1.43% 9개월 연속↓…적금도 1.58%로 하락

저축은행 2.32%…7월 수신 47조6361억 전년비 16% 늘어

“20만원이라도 더 받으면 그게 어디예요.”

여유자금을 시중은행 정기예금으로만 굴리던 직장인 김정미(45)씨는 최근 저축은행 정기예금을 알아보기 시작했다. 기존 금리가 연 1%대로 떨어지면서 시중은행 예금금리도 2%대를 찾아보기 어려워졌기 때문이다. 김씨는 “마침 정기예금에 넣어 뒀던 1억원의 만기가 돌아와 예금자보호 한도(원리금 5000만원) 내에서 자금을 저축은행 두 세 군데로 분산 예치하려고 한다”고 말했다.

저금리 시대가 되면서 시중은행의 ‘쥐꼬리’ 이자에 실망한 예금자들의 저축은행으로 예금 갈아타기 움직임이 현실화되고 있다. 직장인과 예금이자로 생활하는 고령자

들을 대상으로한 저축은행의 신규 고객 확보 경쟁도 치열해지고 있는 상황이다.

9일 한국은행에 따르면 지난 7월 기준 은행들의 저축성 수신금리(평균)는 연 1.48%로 전월보다 0.01%포인트 내렸다. 순수 저축성예금 금리는 1.43%로 전월보다 0.03%포인트 떨어지면서 지난해 10월(1.39%) 이후 9개월 만에 최저 수준으로 하락했다.

1년 만기 정기예금 금리는 1.43%로 전월보다 0.03%포인트 떨어졌고, 정기적금도 전월보다 0.05%포인트 내린 1.58%로 집계됐다. 정기예금 가운데 금리가 연 2.0% 이상인 상품 비중은 1.0%로 6월(1.1%)보다 축소됐다.

반면 저축은행의 정기예·적금 금리는

연 2% 중반대로 올라섰다. 저축은행중앙회의 예금금리 공시를 보면 이날 기준으로 저축은행의 1년짜리 정기예금 금리는 연 2.32%, 정기적금은 연 2.58% 수준이다.

12개월 단리 정기예금 기준으로 페퍼저축은행이 2.65%로 업계에서 가장 높았고 아주(2.60%), 스마트·에가람·유안타·키움·YES·한국투자(2.55%), SBI·고려·공평·금화·동원제일·유니온·조은·참·흥국(2.50%) 등도 2.5% 이상의 높은 금리를 제공하고 있다.

이에 따라 고금리 예금특판을 통한 수신 확보 경쟁도 치열하다. JT진에저축은행은 12개월 이상 만기로 정기예금 상품에 가입하는 영입점 방문 고객에게 금리 2.5%(세전·단리)를 주는 특판을 진행 중이며, 공평저축은행도 12개월 기준 연 2.54%, 24개월 연 2.66%를 지급하는 정기예금 특판을 실시하고 있다.

이러한 경향은 저축은행의 예·적금 수

신금 현황에서도 쉽게 확인된다.

한국은행 경제통계시스템을 보면 저축은행이 예·적금 등으로 수신한 돈은 지난 7월 말 기준 47조6361억원으로 1년 전(41조426억원)보다 6조5935억원(16.07%) 늘었고, 2015년 7월(34조5711억원)과 비교하면 2년 새 무려 13조650조원(37.80%)이나 불어났다.

저축은행들이 높은 금리를 앞세워 젊은 층과 직장인, 예금이자로 생활하는 고령자 등 신규 고객 확보에 주력하면서 한 톨이라도 더 높은 이자를 원하는 예금주들의 발길이 이어질 전망이다.

금융권 관계자는 “은행 예·적금에 돈을 넣어놨도 물가와 세금 등을 고려하면 사실상 마이너스”라며 “시중은행보다 1~2% 가량 이자를 더 얹어 주는 저축은행의 예·적금상품으로 수요가 몰릴 수밖에 없을 것”이라고 말했다.

/김대성기자bigkim@kwangju.co.kr

유통업계 올 추석은 따뜻했네

코리아 세일 페스타와 시너지…의류·가전 등 30%대 매출 신장

유례없는 ‘사상 최장’의 추석연휴에 광주지역 주요 유통업체가 명절특수를 누린 것으로 나타났다.

9일 롯데백화점 광주점에 따르면 롯데백화점 광주점은 추석을 앞두고 진행한 선물세트 판매 매출은 3.9% 하락하는 등 역 신장을 기록한 반면, 연휴기간인 지난 9월 29일~10월 8일까지 전체 매출은 동요일 대비 15% 신장하는 등 호조를 보였다.

특히, 올 추석 장기간 연휴에 맞춰 가을 정기세일 ‘코리아 세일 페스타’(Korea Sale FESTA)가 함께 진행되면서 대목을 누린 것으로 분석된다.

상품군별 매출신장률은 해외명품(20%), 화장품(10%), 여성의류(38%), 남성의류(34%), 스포츠(50%), 생활가전(32%) 등이다.

(주)광주신세계는 같은 기간 남성복

매출이 19.6% 신장한 것으로 확인됐다.

추석연휴에 맞춰 ‘남성 추석 GIFT’ 행사를 진행하면서 선물용 셔츠와 타이, 자켓 등 매출이 증가했기 때문으로 풀이된다.

지역 유통업체 관계자는 “올 추석 선물세트 판매는 기업과 기관 등 단체판매가 줄면서 매출이 감소한 것으로 보인다”며 “이벤트 연휴를 기점으로 소비가 살아나면서 가을시즌 매출상승이 기대된다”고 밝혔다.

한편, 롯데백화점 광주점은 오는 15일까지 총 480여개 브랜드가 할인행사에 참여한다.

또 가을 시즌을 맞아 오는 10일까지 유명 아웃도어 브랜드가 참여해 최대 70% 할인 판매하는 ‘아웃도어 대전’에 나선다.

/박기웅기자 pboxer@kwangju.co.kr

“전남 쌀 사랑해 주세요” 농협전남본부 귀경객 대상 캠페인

농협 전남지역본부(본부장 이흥묵)는 지난 6일 광주송정역에서 추석명절 귀경객을 대상으로 우리 쌀을 홍보하는 캠페인을 진행했다.

이날 전남농협 직원과 광주송정역 직원들은 소비자들과 전문가가 뽑은 2017 전남 10대 우수 브랜드 쌀인 ‘담양 대숲맑은 쌀’, ‘영암 달마지쌀골드’, ‘홍양 수호천사 건강미’, 전남농협 쌀 공동브랜드 ‘풍광수토’ 등을 비롯해 홍보전단을 나눠줬다.

전남농협은 2003년부터 추석이면 귀경하는 향우들을 대상으로 전남 쌀의 우수성을 홍보하고 지속적인 구매를 당부하고 있다. 과거 고속도로 광주출구에서 열던 행사를 지난해부터 광주송정역으로 위치를 바꿔 꾸준히 개최하는 중이다.

이흥묵 본부장은 “우수한 전남 브랜드 쌀을 알리고 지인들에게 권유할 수 있는 기회를 만들 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

/박기웅기자 pboxer@



농협 전남지역본부와 광주송정역 직원들이 지난 9일 광주송정역에서 추석 귀경객을 대상으로 우리 쌀을 홍보하고 있다.

(농협 전남지역본부 제공)

빛 독촉 전에 원리금-변제방법 알려야

내달 7일부터 3일전 통지 의무

다음 달부터 대부업체 등 금융회사는 빛 독촉에 착수하기 3영업일 전 채무자에게 빛의 원금과 이자, 불이행기간, 변제방법, 소멸시효 완성 여부 등 세부명세를 사전에 통지해야 한다. 금융회사들은 소멸시효가 완성된 채권에 대해서는 채무자의 항변 여부와 상관없이 추심을 중단해야 한다.

금융감독원은 지난 8일 이런 내용의 ‘채권추심업무 가이드라인 개정안’ 시행을 예고하고 금융위원회 의결을 거쳐 다음달 7일부터 시행할 계획이라고 9일 밝혔다. 이 가이드라인은 행정지도 형태로 3000여개 금융회사에 통지·적용된다.

개정된 가이드라인에 따르면 채권추심 금융회사들은 연체 발생 등에 따라 변제촉구 등 추심업무에 착수하는 경우, 착수

3영업일 전에 착수 사실과 함께 추심채권의 세부명세를 채무자의 이메일, 우편 또는 이동전화번호로 통지해야 한다.

세부명세에는 채권자와 채무 금액의 원금과 이자, 채무 불이행 기간, 채무의 변제방법, 소멸시효 완성 여부, 문의 방법 등이 들어가야 한다.

이와 함께 채권처리절차 안내문과 불법 채권추심 대응요령, 소멸시효 완성채권 추

심 관련 금융소비자 유의사항 등도 사전에 알려야 한다.

개정된 가이드라인에는 아울러 채무자의 항변 여부와 상관없이 소멸시효가 완성된 채권에 대해서는 추심을 중단해야 한다는 게 명시됐다. 기존에는 채무자가 항변할 경우 소멸시효 완성채권에 대한 추심을 중단해야 한다고 돼 있었다.

금융회사가 소멸시효가 완성된 채권을 추심하면 3년 이하의 징역이나 3000만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있다. 소멸시효는 대물채권의 경우 5년이다. /연향뉴스

제조업 경기 ‘찬바람’

광주상의 137곳 조사…경기실사지수 23P 하락 95

광주지역 제조업 경기에 대한 불안감이 높아진 것으로 나타났다.

광주상공회의소가 최근 지역 137개 제조업체를 대상으로 ‘4분기 제조업 기업경기전망지수’를 조사한 결과에 따르면 BSI(기업경기실사지수) 전망치가 전분기(118)보다 23포인트 하락한 95로 집계됐다.

4분기 경기가 3분기보다 호전될 것으로 예상한 업체는 27.0%(37개사)로 전분기(35.0%·48개사)보다 줄었다. 반면 악화할 것으로 전망한 업체는 32.1%(44개사)로 전분기(17.5%·24개사)보다 늘었다.

BSI는 기업들의 현장 체감경기를 수치화한 것으로, 기준치(100) 이상이면 향후 경기가 전분기보다 호전될 것으로 예상하는 기업이 더 많고, 100 미만이면 반대로 악화할 것으로 전망하는 기업이 더 많은 것을 의미한다.

제조업 체감경기가 기준치 아래로 하락한 데는 가이자동차와 금호타이어, 동부대우전자 등 지역 제조업 생산과 수출에서 중요한 비중을 차지하는 기업들의 엄중 불확실성으로 협력업체들의 위기감이 커지고, 연관 업종의 체감경기까지 동반해 위축시킨 영향으로 보인다.

업종별 BSI는 자동차·운수장비 843분기(107), 기계·금형 95(133), 플라스틱 87(94), 비금속광물 89(122), 전기·전자 100(133), 철강·금속가공 106(114) 등이

었다.

기업 규모별은 중소기업 102(3분기 119), 수출기업 100(100)은 기준치에 턱 걸이하며 경기회복 기대감을 이어갔지만, 내수기업 93(122)은 부정적 전망이 늘어났다.

대기업은 64(105)로 매출 및 영업이익 하락 우려에 체감경기가 더 악화된 것으로 나타났다.

광주상의는 중국이 주요 무역상대국인 제조업체(24개)를 대상으로 지난 3월부터 시작된 ‘중국의 사드보복 조치’에 따른 체감도 변화’를 조사한 결과, 70.8%가 사드보복을 체감했다고 응답했다.

보복조치 초기인 3월과 비교해 11.8%가 ‘나아졌다’고 평가했지만, 35.3%는 ‘악화했다’고, 52.9%는 ‘변화 없다’고 답했다.

광주상의 관계자는 “가이자동차를 비롯해 금호타이어 등 지역 대기업들이 실적 부진, 통상임금 소송 패소 등으로 어려운 상황에 놓이고 최저임금 인상 확정 등 현실적인 문제들이 겹쳐지면서 지역 제조업체들의 불안감이 커지고 있는 것으로 보인다”며 “내수 확대와 수출 회복세를 견고히 하는 기업지원 정책들은 조속히 추진하고, 기업 현장의 혼란이 우려되는 규제들은 속도를 조절해 경제주체들의 체감경기 위축을 막고 기업 활력이 커지길 바란다”고 말했다.

/김대성기자bigkim@kwangju.co.kr

슬라브 옥상 스틸 방수 단열

단열재가 부착된 스틸 패널

아파트, 학교, 주택, 공공건물, 대형빌딩 등 슬라브옥상 시공

▶ 방수, 단열 이중효과!

▶ 냉·난방비 절감효과!

▶ 반영구적 최신공법의 특수방수!

▶ 시공후 관리 보수 용이!

▶ 합리적 가격, 단 한번 시공!

※ 무료 출장 견적내드립니다.

| 목포권, 순천·여수권 등 대리점 모집(영업 및 시공) |

트윈스틸

(모던건설)

광주광역시 북구 자미로 45(신안동 478-18)

H 010-9229-3530

☎ 062-5 3 1-3530

방수

부분설비(누수)

부위별 방수시스템!!

분야별 방수 시스템!!

최적의 방수 시스템!!

“최선을 다하여 성실 시공합니다”

광주 062)676-7719

전남 061)375-7719

무료견적 시공상담

방수전문그룹 CHILMAN

광주,전남 시공회사

걱정하지 마세요!!

“철만표방수는 거짓말을 하지 않습니다”

(주)씨엠테크복합방수

유시물,모방물에
주의하세요!!

시공 및 제품 판매 / 셀프시공가능

“소비자가 인정했습니다”